



BACHELORARBEIT

Herr/Frau
Nathalie Hanft

**Die ökonomischen Auswirkungen
der Zugehörigkeit Südtirols zu Ita-
lien auf die Tourismusbranche,
insbesondere auf die Sterne -
Hotellerie Südtirols am Beispiel
des Hotel Schloss Sonnenburg,
St. Lorenzen im Vergleich zum Ho-
tel Klammhof, Salurn**

2014

BACHELORARBEIT

Die ökonomischen Auswirkungen der Zugehörigkeit Südtirols zu Ita- lien auf die Tourismusbranche, insbesondere auf die Sterne - Hotellerie Südtirols am Beispiel des Hotel Schloss Sonnenburg, St. Lorenzen im Vergleich zum Hotel Klammhof, Salurn

Autor/in:

Frau Nathalie Hanft

Studiengang:

Business Management

Seminargruppe:

BM11wT1-B

Erstprüfer:

Professor Herbert Graus

Zweitprüfer:

Diplom- Ingenieur (FH) Andre Gunreben

Einreichung:

Memmelsdorf, 05.06.2014

BACHELOR THESIS

**The economic repercussions of
the affiliation South-Tyrol's to Italy
to the tourism industry, especially
to the star – hotel - business using
the examples of hotel castle Sonnenburg,
St. Lorenzo as compared
to the hotel Klammhof, Salurn.**

author:

Mr./Ms. Nathalie Hanft

course of studies:

Business Management

seminar group:

BM11wT1-B

first examiner:

Professor Herbert Graus

second examiner:

Diplom- Ingenieur (FH) Andre Gunreben

submission:

Memmelsdorf, 05.06.2014

Bibliografische Angaben

Hanft, Nathalie:

Thema der Bachelorarbeit

Die ökonomischen Auswirkungen der Zugehörigkeit Südtirols zu Italien auf die Tourismusbranche, insbesondere auf die Sterne - Hotellerie Südtirols am Beispiel des Hotel Schloss Sonnenburg, St. Lorenzen im Vergleich zum Hotel Klammhof, Salurn

Topic of thesis

The economic repercussions of the affiliation South - Tyrol's to Italy to the tourism industry, especially to the star – hotel - business using the examples of hotel castle Sonnenburg, St. Lorenzo as compared to the hotel Klammhof, Salurn.

43 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2014

Abstrakt

Diese Arbeit befasst sich mit den ökonomischen Auswirkungen der Zugehörigkeit Südtirols zu Italien. Hierbei werden die politischen Differenzen resultierend aus der Geschichte und der nicht Akzeptanz der Staatszugehörigkeit zu Italien aufgezeigt. Ansonsten werden die Disharmonien dargestellt, die sich bis in das Jahr 2013 auf die Tourismusbranche, insbesondere die Hotellerie auswirken. Dies wird an Hand zweier Hotels, das eine italienisch, das andere deutsch geführt, dargestellt. Die Erarbeitung

erfolgt durch Soll-Ist-Vergleiche und eine SWOT - Analyse. Des Weiteren werden Marketingempfehlungen, die sich aufgrund der SWOT - Analyse ergeben können, aufgeführt. Bei den Ergebnisse die mit Hilfe dieses Analysewerkzeugs erarbeitet wurden sind als Stärken die Zweisprachigkeit, die Vermarktungsmöglichkeiten und die Kulturen zu nennen. Die Schwächen stellen das mangelnde Sprachverständnis, mangelnde Gemeinschaftsgefühl, das konfliktreiche Arbeitsumfeld und die nicht bewältigte Vergangenheit dar. Ebenfalls werden die Chancen wie Partnerhotels, das Nutzen der Weihnachtsmärkte und das Kennenlernen von anderen Kulturen aufgezeigt. Die Ergebnisse der Risiken sind vorwiegend die politische Situation und die Wirtschaftslage. Am Ende dieser Arbeit werden die Schlussbetrachtungen vollzogen.

Abstract

This research paper is primarily concerned with the economic repercussions of the affiliation South - Tyrol's to Italy. Here shall the political differences like the history, the not acceptance of the nationality to Italy be shown. In addition to that the differences, which operate to the year 2013 to the tourism, especially the hotel business represented. This is depicted with the examples of two hotels. The preparation ensued with the help of a nominal - actual comparison and with the SWOT analysis. Furthermore there are given several marketing recommendations, based on this SWOT analysis. The results are as strengths the bilingualism, the marketing recommendations and the different cultures. The weaknesses are represented as the missing speech comprehensions, the missing sense of community and the conflictual working environment, as well as the not overcame history. Furthermore the opportunities like the use of the Christmas markets, the opportunities of partner hotels and the learning of new cultures known are shown. The results of the risks are the political situation and the real state of economy.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	V
Abkürzungsverzeichnis	VII
Abbildungsverzeichnis	VIII
Vorwort	IX
1 Einleitung.....	1
1.1 Problemstellung und Zielsetzung	2
1.2 Aufbau der Arbeit	2
1.3 Methodisches Vorgehen.....	3
2 Geschichtliche Betrachtung Südtirols.....	5
3 Die Bevölkerungsstruktur Südtirols und deren Veränderungen seit den 1970er Jahren bis zum Jahr 2013.....	9
3.1 Die Beseitigung der Kluft zwischen Südtirolern und Italienern	12
3.2 Positive Entwicklung durch den Wirtschaftssektor Tourismus und den Wirtschaftszweig Hotellerie	12
3.3 Negative Entwicklungen	14
4 Die verschiedenen Regionen	16
4.1 Die Region Bruneck - St. Lorenzen	17
4.2 Die Region Salurn	17
5 Der Tourismus in Südtirol	19
6 Die Problematik hinter der Zusammenarbeit der Italiener und Südtiroler allgemein	23
6.1 SWOT - Analyse	23
6.2 Marketingempfehlungen.....	26
7 Das Hotel Schloss Sonnenburg im Vergleich zu dem Hotel Klammhof	28
7.1 Das Hotel Schloss Sonnenburg - Historischer Hintergrund des Hotels, Daten und Fakten.....	28
7.1.1 Ist - Zustand im Hotel	30
7.1.2 Soll - Zustand in der Sonnenburg.....	31
7.1.3 Lösungsversuche.....	32
7.2 Das 3 - Sterne - Hotel Klammhof.....	33

7.2.1	Ist - Zustand.....	33
7.2.2	Soll - Zustand.....	35
7.3	Wie können diese Hotels voneinander lernen?	35
8	Kriterienkatalog der Hotellerie	37
8.1	Unterschied italienscher - bozener Kriterienkatalog.....	39
8.2	Probleme für den Gästeanpruch.....	40
9	Schlussbetrachtungen.....	42
	Literaturverzeichnis	X
	Anlagen 1: Interview Frau Franceschini	XIV
	Anlagen 2: Demographischer Wandel Südtirols	XVIII
	Eigenständigkeitserklärung	XIX

Abkürzungsverzeichnis

BAS	Befreiungsausschuss Südtirol
DEHOGA	Deutscher Hotel- und Gaststätten- verband
EU	Europäische Union
NS- Zeit	Nationalsozialistische Zeit
SVP	Südtiroler Volkspartei
UNO	United Nation Organisation
USA	Vereinigte Staaten von Amerika
USP	Unique Selling Proposition

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:Fahne Südtirol: "Auf Silberhintergrund alter roter (Tiroler) Adler, gold bewehrt mit roter Zunge und goldenen Flügelspangen".....	1
Abbildung 2: Bevölkerungsentwicklung Südtirol	10
Abbildung 3: Landkarte Südtirols.....	16
Abbildung 4: Beherbergungsanstieg seit den 1960er Jahren bis 2012	20
Abbildung 5: Übernachtungen in den Beherbergungsbetrieben nach Bezirksgemeinschaft 2012	22
Abbildung 6: Das ehemalige Kloster und heutige Hotel Schloss Sonnenburg	29

Vorwort

Ich habe mein Pflichtpraktikum der Hochschule Mittweida im Zeitraum vom November 2013 bis Januar 2014 im Hotel Schloss Sonnenburg, St. Lorenzen absolviert. Aus diesem Grund habe ich beschlossen meine Bachelorarbeit über dieses Hotel im Vergleich zu einem italienisch geführten Hotel zu schreiben.

Während meines Praktikums konnte ich Einblicke in das gesamte Hotelgeschehen gewinnen. Ebenfalls habe ich eigene Erfahrungen sammeln können, wie der Umgang der Mitarbeiter untereinander ist. Hierbei war für mich deutlich spürbar, dass Differenzen zwischen Südtirolern und Italienern existent waren. Dies machte sich auch im Umgang mit den italienischen Gästen bemerkbar. Diese Gäste wurden zwar höflich begrüßt und bedient, jedoch war kaum eine herzliche Atmosphäre vorhanden. Im Gegensatz dazu wurde herzlich mit den deutschsprachigen Gästen umgegangen.

Der Hoteldirektor, der selbst Südtirol - Deutscher ist, muss zwar laut Gesetz italienische Angestellte haben, bevorzugt aber deutlich die südtiroler und deutschen Mitarbeiter. Hierbei wurde auch in seiner Sprechweise deutlich, dass für ihn Südtirol unabhängig werden sollte. Außerdem gab es häufiger bei den gemeinsamen Mittag- und Abendessen, denen stets alle Mitarbeiter beiwohnten Differenzen, sobald aktuelle politische Themen angesprochen wurden. Diese Streitgespräche wurden auch während der Arbeitszeit fortgeführt. Für mich war mein Praktikum in diesem Hotel eine einmalige Erfahrung, die sowohl negative Seiten als auch positiven Seiten hatte.

1 Einleitung

*„Heiß umkämpft war dieses Land ja immer schon, und ich sags, ich sags mit Freude,
ich bin dein Sohn, Edle Schlösser, stolze Burgen und die urigen Städte wurden durch
die knochenharte Arbeit unserer Väter erbaut. (...) Vom Brenner bis Salurn, vom
Vinschgau bis nach Osttirol, erstreckt sich dieses Land, gebaut durch Gottes Hand“ -
Frei.Wild¹*

Dieser Textausschnitt aus dem Lied „Südtirol“ der Südtiroler Band Frei.Wild soll verdeutlichen wie patriotistisch die deutschsprachigen Südtiroler bis zum Jahr 2013 sind und dass die politischen Differenzen zwischen Italien und Südtirol bis zu diesem Jahr nichts an Aktualität eingebüßt haben. Ebenfalls verdeutlicht diese Textpassage warum seit Ende des 20. Jahrhunderts wieder von Südtirol als autonomes Gebiet und nicht von Italien die Rede ist. Dieses politische Geschehen wirkt sich immer noch auf die Tourismusbranche, insbesondere die Hotellerie, aus.

So werden bei Volksbefragungen, Wahlen, Unterrichts- und Prüfungstagen bei den Schuldirektionen, sowie bei den öffentlichen Ämtern in der die Kollegialorgane der Gemeinde ihren Hauptsitz haben, während der Dauer und anlässlich ihrer Sitzungen die Fahnen der EU, die italienische Tricolore und die Fahne Südtirols gehisst.²



Abbildung 1: Fahne Südtirol³: "Auf Silberhintergrund alter roter (Tiroler) Adler, gold bewehrt mit roter Zunge und goldenen Flügelspangen"⁴

¹ Burger, Philipp; Songtext „Südtirol“ der Band Frei.Wild, www.songs.frei-wild.net, Zugriff vom 04.04.2014

² Vgl. Autonome Provinz Bozen, Aushängen der Landesfahne, Zugriff vom 05.04.2014

³ Das Wappen wurde am 21.03.1983 Südtirols verliehen, seit dem 22.11.1996 ist das Banner Südtirols wieder rot und weiß. Das Landeswappen ist von Tirol geprägt, da dieses Gebiet früher von Tirol beherrscht wurde.

Deshalb habe ich für meine Bachelorarbeit das Thema „Die ökonomischen Auswirkungen der Zugehörigkeit Südtirols zu Italien auf die Tourismusbranche, insbesondere die Sterne - Hotellerie Südtirols am Beispiel des Hotel Schloss Sonnenburg, St. Lorenzen im Vergleich zum Klammhof, Salurn“ gewählt. Des Weiteren habe ich dieses Thema gewählt, da ich für drei Monate in St. Lorenzen, Südtirol im Hotel Schloss Sonnenburg gelebt und gearbeitet habe. Da es für mich, um eine Bevölkerungsgruppe zu verstehen, von Bedeutung ist, sich mit deren Geschichte zu befassen, die stets in den Gedanken dieser Gruppen präsent ist, wird zunächst die Geschichte Südtirols näher betrachtet.

Wenn in dieser Arbeit von Italienern, außerhalb des Punktes „geschichtliche Betrachtung Südtirols“ berichtet wird, ist die Rede von italienischsprachigen Südtirolern der Fall.

1.1 Problemstellung und Zielsetzung

Die Fragestellung, die in dieser Arbeit behandelt werden soll lautet: Welche Chancen und Risiken beeinflussen bis zum Jahr 2013 das geprägt ist durch den Kampf um Unabhängigkeit und Bewältigung der politischen Vergangenheit, den Wirtschaftssektor der Hotellerie in Südtirol?

Das Ziel dieser Arbeit ist die Gegenüberstellung zweier ethnologisch verschiedener Hotels in einem autonomen Gebiet. Ebenfalls sollen die Probleme, die sich durch die politische Vergangenheit und Gegenwart im Arbeitsleben ergeben dargestellt und Lösungsversuche aufgezeigt werden, damit sich nach 94 - jähriger Angehörigkeit Südtirols zu Italien eine Akzeptanz und Toleranz ohne Einflüsse auf Gästebetreuung ergeben.

1.2 Aufbau der Arbeit

Diese Arbeit ist untergliedert in acht große Gesichtspunkte.

Im ersten Punkt wird ein Überblick über die gesamte Bachelorarbeit gegeben.

⁴ Zitat: Autonome Provinz Bozen, das Wappen, www.provinz.bz.it/praesidium/themen/wappen.asp, Zugriff vom 05.04.2014

Der zweite Punkt befasst sich mit der Vergangenheit Südtirols im 20. Jahrhundert und welche Auswirkungen diese bis in die Gegenwart hinein für Südtirol hat. Der darauffolgende Gesichtspunkt behandelt die Bevölkerungsstruktur Südtirols seit den 1970er Jahren. Darauf basierend wird eine Gegenüberstellung der positiven und negativen Entwicklungen, die sich durch den Tourismus für die Region ergeben, dargestellt.

Der 5. Punkt behandelt den Tourismus in Südtirol im Allgemeinen.

Der 6. Punkt zeigt die Problematik der Zusammenarbeit von Italienern und Südtirol mithilfe einer SWOT - Analyse auf. Hierbei werden insbesondere Soll-Ist-Vergleiche in der Zusammenarbeit dieser ethnischen Gruppen in den jeweiligen Hotels durchgeführt. Zudem wird eine Potenzialanalyse von Möglichkeiten, die sich durch die verschiedenen Hintergründe mit internationalen Gästen ergeben, gemacht.

Da in dieser Arbeit zwei verschiedene Hotels, ein deutschsprachiggeführtes und ein italienischsprachiggeführtes verglichen werden und diese sich in zwei verschiedene Regionen von Südtirol befinden, werden diese Gebiete daraufhin vorgestellt.

Daraufhin werden Empfehlungen für die Zukunft gegeben, wie diese Hotels sich durch die gesammelten Erfahrungen gegenseitig positiv beeinflussen können.

Im 8. Punkt dieser Arbeit werden die Kriterienkataloge, also der italienische und bozener Katalog belichtet und die Probleme, die sich dadurch für die Gästeansprüche ergeben beleuchtet.

Im letzten Teil dieser Arbeit erfolgen die Schlussbetrachtungen.

1.3 Methodisches Vorgehen

Das methodische Vorgehen war zum einen eine SWOT - Analyse⁵ im Hinblick auf die geistige Trennung der deutschsprachigen und italienischsprachigen Bevölkerung mit den ökonomischen Auswirkungen auf den Tourismussektor, insbesondere die Hotellerie.

Ebenfalls werden die Chancen und Risiken, die sich im Umgang mit nationalen und internationalen Gästen durch die verschiedene Sprache und Kultur ergeben dargestellt.

⁵ Strength, Weaknesses, Opportunities and Threats - Analyse

Am Ende dieser Arbeit wird ein Soll-Ist-Vergleich des italienisch geführten 3 -Sterne - Hotels Klammhof, Salurn mit dem 4 – Sterne - Hotel Schloss Sonnenburg gemacht.

Hierbei soll erarbeitet werden, inwiefern diese beiden Hotel sich gegenseitig positiv beeinflussen können und das Resümee gezogen werden.

Abschließend erfolgt mit Hilfe eines weiteren methodischen Vorgehens welches die Befragung einiger Mitarbeiter des Hotel Schloss Sonnenburgs und Befragung der Eigentümerin des Hotels Klammhofs war, eine Bewertung dieser Hotels.

2 Geschichtliche Betrachtung Südtirols

„Man muss die Geschichte kennen, um die Gegenwart zu verstehen.“ – Otto von Bismarck⁶

Dieses Zitat hat bis heute nicht an Wahrheit eingebüßt. Darum wird in dieser Arbeit zuerst der geschichtliche Hintergrund Südtirols, nach dem ersten Weltkrieg, belichtet. Italien, wie es heute bekannt ist, teilt sich in mehreren Regionen, hierbei ist die sprachliche Grenze zwischen „Alt-Italien“ und „Neu-Italien“⁷ die größte Stadt Südtirols, Bozen.

Bis zum Jahr 1918 war Südtirol ein Teil Tirols und damit eine Region in Österreich. Aufgrund des ersten Weltkrieges und der Vereinbarung Italiens mit den Bündnispartnern verlor Österreich Südtirol. Im Jahre 1918 bemühte sich erstmals General Guglielmo Pecori-Giraldi die Zweisprachigkeit und die Besitztümer Südtirols zu sichern.⁸ Seit dem 2. September 1919 und dem Vertrag von Saint Germain ist Südtirol ein Teil Italiens. Dabei zeigt das Zitat von Eduard Reut-Nicolussi vom 06. September 1919 auf der Nationalversammlung, in Wien den Unmut der damaligen Südtiroler Bevölkerung deutlich: *„Gegenüber diesem Vertrag haben wir mit jeder Faser unseres Herzens, in Zorn und Schmerz nur ein Nein! Ein ewiges, unwiderrufliches Nein! [...] Es wird jetzt in Südtirol ein Verzweiflungskampf beginnen [...] deshalb, weil wir - eine Viertelmillion Deutscher - gegen vierzig Millionen Italiener stehen, wahrhaft ein ungleicher Kampf.“*⁹ Nachträglich wurde Südtirol per Gesetz von Italien am 10. Oktober 1920 annektiert. Zwei Jahre später, am 06. April 1922, wurde neben der deutschen Sprache, durch die Verabschiedung eines Aktionsprogrammes von Faschisten der *„Venezia Tridentina“*¹⁰ in Trient u.a., die Verwendung der italienischen Sprache in allen öffentlichen Ämtern eingeführt, sowie das Verbot von deutschen Schulen in Südtirol. 21 Tage später begann die Durchführung dieses Programmes.¹¹ Daraufhin waren Machtkämpfe und Kriege an der Tagesordnung. Die wohl schlimmste Zeit Südtirols brach im zweiten Weltkrieg an. Während der NS - Zeit spaltete sich die Südtiroler Bevölkerung in „Heimkehrer“¹², die die Chance nutzten, in Deutschland leben zu können, mit dem Verlust

⁶ Zitat: Voigt, Christian: www.wertebund.de/zitat-der-woche/, Seite 4, Zugriff vom 06.04.2014,

⁷ Italienisch Alto Adige oder Sudtirolo

⁸ Vgl. Steiniger, Rolf S. 11

⁹ Vgl. Steiniger, Rolf S. 14

¹⁰ Dies ist zurückzuführen auf den Faschisten Ettore Tolomei (1865-1952)

¹¹ Vgl. ebenda, S. 26-33

¹² Heimkehrer auch Optanten genannt, da sie die Option wählten, zurück nach Deutschland zu gehen und somit die deutsche Staatsbürgerschaft behalten durften.

der heimischen Berge und der Natur und die „Dableiber“, die das Land jenseits des Brenner Passes bewohnten. In dieser Zeit kam es unter der deutschsprachigen Südtiroler Bevölkerung zu Beschimpfungen. Durch stetiges Wachsen dieser Beschimpfungen kam es bald darauf zu Gewalt und letztlich brachen Kriege aus. Hierbei hatten die „Dableiber“ die Hoffnung, dass Hitler das „Land zurück in die Heimat“ holt und sie nicht durch Mussolinis Zwangsumsiedlungspolitik gegenüber der deutschsprachigen Bevölkerung Richtung Sizilien umgesiedelt werden müssen. Als Konsequenz dieser Umsiedlungspolitik erhielten deutsche Schulen wieder ihre Zulassung.¹³ Hitler hielt jedoch seine Abmachung mit Mussolini und wollte kein deutsches Südtirol, sondern akzeptierte die Alpen als natürliche Grenzen zwischen dem großdeutschen Reich und Italien.

Nach dem Ende des zweiten Weltkrieges, beschlossen die vier Siegermächte USA, Russland, England und Frankreich, dass Südtirol italienisch bleiben wird, jedoch einige Rechte wie die Garantie der Aufrechterhaltung ihrer Sprache, Kultur, Religion im Handel und Verkehr zugesprochen bekommt. Hierbei agierten die Briten mit besonderem Nachdruck. Zwischen Italien und Nordtirol wurde in Paris am 05. September 1946 die *„italienisch-österreichischen Übereinkunft“* unterzeichnet.¹⁴ Im Jahr 1948 tat wiederum ein südtiroler Abgeordneter in der römischen Kammer der Meinung der deutschen Bevölkerung kund *„[...] Wir bleiben, was wir sind, nur mit seinen Bergen wird Tirol vergehen.“*¹⁵ Dieses Zitat verdeutlicht, dass sich die Bevölkerung trotz Friedenspolitik und der Zugeständnisse von gewissen Rechten, übergangen fühlte und die langjährige Verbindung von einem einheitlichen Tirol in den Köpfen verankert blieb. Die Idee von einem einheitlichen Tirol wurde vor allem dadurch zu einem Fixpunkt der Südtiroler Gedankenwelt, da sie schmerzlich ihre Heimat aufgeben mussten, von einem Land annektiert wurden, das weder ihre Kultur, noch ihre Sprache teilte oder respektierte und in den Anfangsjahren ihre florierende Wirtschaft, durch Zwangsenteignungen, durch Umsiedlungen, durch Sanktionen gegenüber Menschen, die ihre eigene Kultur lebten und ihre Sprache sprachen zerstört wurde. Ebenfalls in dieser Zeit wurde den „Optanten“ die Rückkehr nach Südtirol erlaubt, wenn auch unter der Bedingung, dass sie die italienische Staatsbürgerschaft annehmen mussten.¹⁶ So kam es, dass trotz der Unterzeichnung Österreichs der *„italienisch - österreichischen Übereinkunft“* am 24. September 1960 der Gruberserklärung von Seiten Österreichs zugestimmt wurde. *„An dem Tag, an dem die Autonomiefrage geregelt ist und damit die Wünsche der*

¹³ Vgl. Steiniger, Rolf, S. 80-91

¹⁴ Vgl. ebenda 116-120

¹⁵ Vgl. ebenda S. 3.6

¹⁶ Vgl. Kainzwaldner, Petra: www.suedtirol.info/Wissenwertes/Land--Leute/Geschichte/artikel/1aa3090d-34f8-45e6-8356-12171552d1a9/Eine-Minderheit-und-ihre-Rechte.html Zugriff vom 01.04.2014

*deutschsprachigen Minderheiten befriedigt sind, wird der Fall Südtirol für Österreich abgeschlossen sein“.*¹⁷

Trotz dieser Bemühungen von Seiten Österreichs, entzog sich Italien den vertraglich festgelegten Verpflichtungen, so wurden zwar SVP¹⁸ - Vertreter zur Autonomiestatusausgestaltung nach Rom eingeladen, ihnen wurden jedoch weder ein Mitsprache- noch ein Beratungsrecht eingeräumt.¹⁹ Nach der Aussprache zwischen SVP- Vertretern und dem italienischen Vertreter Silvio Innocenti erhielt Südtirol einen besseren Autonomiestatus, mit „*legislativen Befugnissen auf kulturellem Gebiet, [...] (Bozen) wurde zum eigenen Wahlkreis und erhielt Verwaltungsautonomie.*“²⁰ Nachdem Österreich im Jahre 1955 die Unabhängigkeit zugesprochen wurde, trat es im darauffolgenden Jahr für die Durchführung der offenen Punkte des Pariser Abkommens ein. Allerdings kam es erst im Februar 1958 zur Durchführung von Sondierungsgesprächen. Jedoch hatte Österreich keine Mitsprache- und Entscheidungsrechte, weswegen die Forderung für ein Mitspracherecht der UNO laut wurde.²¹ Die folgenden Jahre waren für Südtirol von Gewalt und Anschlägen geprägt.

Im Jahre 1956, verteilten Südtiroler Flugblätter mit folgender Aufschrift: „*Deutsch wollen wir bleiben und keine Sklaven eines Volkes werden, welches durch Verrat und Betrug unser Land kampflös besetzt hat und seit 40 Jahren ein Ausbeutungs- und Kolonisationssystem betreibt, welches schlimmer ist als die einstigen Kolonialmethoden in Zentralafrika.*“²² Die darauf folgenden Jahre waren trotz der Attentate des BAS²³ ²⁴ wie am 27. Januar 1961 der Anschlag auf das Reiterstandbild „Aluminium - Duce“ und der Anschlag auf das Haus von Ettore Tolomei eine relativ friedliche Phase. So distanzierte sich die SVP von der Verletzung oder Tötung von Menschen. Jedoch sollte diese Ära aufzeigen, dass die Südtiroler die Missachtung ihrer Rechte nicht mehr hinnehmen werden. Die zweite Phase gipfelte in der „Feuernacht“ vom 12. Juni 1961, in der mehrere Attentate durchgeführt und 37 Hochspannungsmasten zerstört wurden.²⁵

¹⁷ Zitat: Steiniger, Rolf S. 129/130

¹⁸ SVP= Südtiroler Volkspartei, diese Partei hat auch in den Landtagswahlen 2013, die Mehrheit in Südtirol erhalten

¹⁹ Vgl. ebenda S. 130-132

²⁰ Zitat: ebenda S. 134

²¹ Vgl. ebenda S. 142-145

²² Zitat ebenda S. 147

²³ Vgl. Abkürzungsverzeichnis

²⁴ Vgl. Kainzwaldner, Petra: www.suedtirol.info/Wissenwertes/Land--Leute/Geschichte/artikel/1aa3090d-34f8-45e6-8356-12171552d1a9/Eine-Minderheit-und-ihre-Rechte.html, Zugriff vom 01.04.2014

²⁵ Vgl. Steiniger, Rolf S. 147-152

1971 wurden neue Autonomiestatuten beschlossen, die im Januar 1972 in Kraft traten. Dabei erhielten die Südtiroler Schutz und die Sicherung ihrer völkischen und kulturellen Eigenart als Minderheit im Staat, ebenfalls wurden Wohnungsbau-, sowie Jagd-, Fischereiförderungen festgelegt und Unterstützung bei dem Ausbau und Instandhaltung von Wasserleitungen, der Schaffung und Erhaltung öffentlicher Arbeitsstellen, des Fremdenverkehrs und des Gastgewerbes zugesagt. Mit den autonomen Provinzen Bozen - Südtirol und Trient als Gebiete.²⁶ Die Problematik der deutschen Stellen war, dass nicht genügend qualifizierte Mitarbeiter vorhanden waren und die wenigsten im öffentlichen Dienst arbeiten wollten, da die „deutschen“ Wirtschaftssektoren wie der Tourismus, die Landwirtschaft und das Handwerk Mitte der 1970er Jahre einen regelrechten Boom erlebten. Durch diesen wuchs der Wohlstand der Südtiroler, woraufhin die Italiener finanziell schwächer aufgestellt waren und somit Unzufriedenheit auf dieser Seite wuchs. Aufgrund dieser Unzufriedenheit, kam es im Jahr 1978 zu Terroranschlägen zum Beispiel auf das Beinhaus von Burgeis.²⁷

Im Jahr 1992 versuchte Österreich einen Nachbarschaftsvertrag mit Italien zu schließen, da sich jedoch Italien durch *„den Austritt aus dem europäischen Wirtschaftssystem, dem Abwerten der Lira und die Enthüllungen und Mafia - Verstrickungen des politischen Apparats“*²⁸ in einer Wirtschaftskrise befand, scheiterte dieser Vertrag. Währenddessen liefen in Brüssel Verhandlungen über den Beitritt Österreichs zur EU. Im November 1996 wurde das Bundesland Südtirol gegründet, ohne die Tricolore²⁹ und mit einem neuen Südtirol - Banner unter dem Motto *„weniger Staat, mehr Südtirol“*. Bis heute hat die SVP die Mehrheit im Südtiroler Landtag inne.³⁰

Jedoch stellt die Südtiroler Bevölkerung eine Minderheit in dem Staat Italien dar und sollte dies akzeptieren. Ebenso sollten die Südtiroler realisieren, dass es auf Dauer nicht möglich ist, das tägliche Leben ausschließlich mit Paragraphen, Gewalt und Aufständen zu regeln, vergessen.³¹

²⁶ Vgl. Steiniger, Rolf S. 158- 162

²⁷ Vgl. ebenda S. 166- 168

²⁸ Vgl. ebenda S. 189

²⁹ Tricolore=Fahne Italiens

³⁰ Vgl. ebenda S. 205-210

³¹ Vgl. ebenda S. 210

3 Die Bevölkerungsstruktur Südtirols und deren Veränderungen seit den 1970er Jahren bis zum Jahr 2013

Im nachfolgenden Punkt, wird die Bevölkerungsstruktur Südtirols und deren Veränderungen seit den 1970er Jahren, somit seit Ende der Aufstände bis zum Jahr 2013 dargestellt.

Untersucht wird bei solchen Volkszählungen das soziale Leben, wie Haushaltsgrößen, Geburten- und Sterberaten, und ebenso werden die verschiedenen Sprachgruppen erfasst.

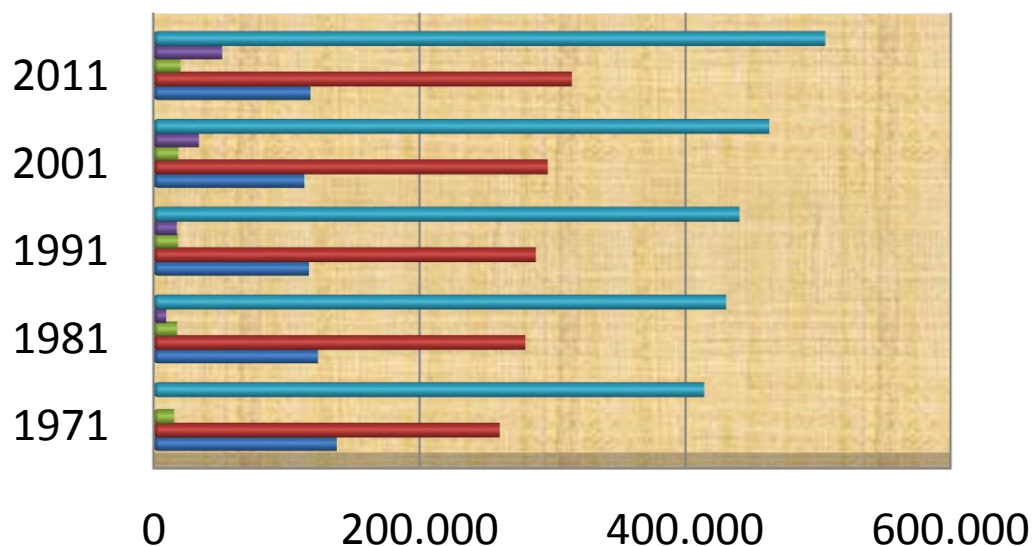
Hierbei wurde ein Diagramm erstellt, das die Bevölkerungsentwicklungen von 1971 bis zum Jahr 2011 darstellt. Die Daten, die in diesem Diagramm verwendet wurden, beziehen sich auf die erhobenen Daten der jeweiligen Volkszählungen, von Astat³². Hierbei wurde im Abstand von 10 Jahren, d.h. 1971, 1981, 1991, 2001 und 2011 jeweils Volkszählungen durchgeführt.

Die x - Achse im nachfolgenden Diagramm stellt die Bevölkerungszahl und die y - Achse stellt die Jahre (1971, 1981, etc.), in denen die Volkszählungen stattfanden dar. Überdies wird eine Übersicht über die Anzahl der gesamten Bevölkerung gegeben.

Diese wird zudem in deutsche, ladinische, italienische und andere, welche eine Zusammensetzung aus mehreren ethnischen Gruppen ist, untergliedert.

³² Astat= Statistisches Jahrbuch 2013, der Landesregierung Bozen.

Bevölkerungsveränderung 1971-2011



	1971	1981	1991	2001	2011
Total	414.041	430.568	440.508	462.999	505.067
Andere	475	9.593	17.657	34.308	51.795
Ladiner	15.456	17.736	18.434	18.736	20.548
Deutsche	260.351	279.544	287.503	296.461	314.604
Italiener	137.759	123.695	116.914	113.494	118.120

Abbildung 2: Bevölkerungsentwicklung Südtirol³³

³³ Eigene Entwicklung dieses Diagrammes, Informationen von: Astat: Statistisches Jahrbuch 2013, Seite 118

In den 1970er Jahren lebten laut einer Volkszählung der Provinz Bozen 414.041 Menschen in Südtirol, davon lebten 2.631 Personen in Salurn und 10.133 in Bruneck.³⁴ Jedoch hat sich seit 1971 die Haushaltsgröße von im Schnitt 3,72 Personen pro Haushalt im Jahr 2006 auf 2,52 Personen reduziert.³⁵

In Südtirol hat die Bevölkerungsanzahl von 1951 bis 2006 im Durchschnitt um 46% zugenommen, einhergehend damit stieg die Siedlungsfläche ebenfalls sehr stark an. In den tourismusgeprägten Regionen nahm die Siedlungsfläche überdurchschnittlich zu.³⁶

Im Jahr 2013 lebten 504.857 Menschen in Südtirol, und davon waren circa 12 % der Bevölkerung im Tourismussektor tätig.³⁷ Südtirol ist ein Gebiet, auf dem drei Bevölkerungsgruppen leben, die historisch und politisch sehr verschieden sind. Die Bevölkerung spaltet sich in ca. 5 % Ladinern³⁸, 70 % Deutsche und 25 % italienische Muttersprachler.³⁹ Das Schulsystem in dieser Region ist sprachlich getrennt. So haben Kinder, die deutsche Muttersprachler sind, italienisch als erste Fremdsprache. Lediglich in den ladinischen Tälern erfolgt der Unterricht in allen drei Sprachen. Trotz des allgemeinen Bevölkerungszuwachses in Südtirol zeichnet sich dort auch der demographische Wandel langsam ab.

In den früheren Jahren prägte die Landwirtschaft das Landschaftsbild dieser Region, jedoch wurde durch den verstärkten Tourismus, die Kultur der Bevölkerung zum einen für diesen missbraucht, zum anderen litt das christliche Leben der Einheimischen darunter, da diese verstärkt in dem Wirtschaftssektor der Gastwirtschaft und somit vermehrt auch sonntags arbeiteten, was zur Konsequenz hatte, dass die Kirche und das Brauchtum zeitlich vernachlässigt werden musste.⁴⁰

Trotz dieses verstärkten Arbeitens der Bevölkerung im Tourismussektor, wurde ein Rückgang in den Beherbergungsbetrieben zwischen 1975 und 2001 in Südtirol ver-

³⁴ Vgl. ASTAT: Statistisches Jahrbuch: www.provinz.bz.it/astat/de/themen/volkszaehlung-bevoelkerung.asp, Zugriff vom 06.04.2014

³⁵ Vgl. Kulturlandschaft, Südtirol: www.uibk.ac.at/geographie/projects/cls/analyse.html#anchor1, Zugriff vom 17.04.2014

³⁶ Vgl. ebenda

³⁷ Vgl. Kainzwaldner, Petra: www.suedtirol.info/Wissenswertes/Land--Leute/Zahlen--Fakten.html, Zugriff vom 01.04.2014

³⁸ Ladinisch stellt eine rätoromanische Sprache dar, die ausschließlich in den Dolomitentälern Gröden und Alta Badia gesprochen wird.

³⁹ Vgl. ebenda

⁴⁰ Vgl. Hopt, Cornelia. Europäische Identität im Tourismus S.46

zeichnet. Überdies ist in diesem Zeitraum die Zahl der landwirtschaftlichen Betriebe um 9% gesunken.⁴¹ Des Weiteren ist auch der demographische Wandel⁴² in Südtirol und somit die Überalterung der Bevölkerung mit deutlich weniger Neugeborenen sichtbar.⁴³

3.1 Die Beseitigung der Kluft zwischen Südtirolern und Italienern

Die Tourismusfigur in Südtirol stellt Andreas Hofer als *„unbeugsamer Held, Monumente an Treue und Gaubfestigkeit, [als] Identitätsstifter für das heroische Selbstbild der Tiroler und den Selbstbehauptungswillen vieler, die sich durch Fremdherrschaft in Bedrängnis glauben. [Er ist] Bannerträger des kulturellen Überlebenskampfes“*⁴⁴ dar.

Heutzutage, in der globalisierten Welt, ist die Sehnsucht nach Heimat und Tradition für die Menschen wichtiger denn je.⁴⁵ Ebenfalls sind das historische Bewusstsein und die Darstellung der regionalen Identität durch die verschiedenen Festivitäten *„ein Schutz für die Menschen, der ihnen Geborgenheit und Heimat symbolisiert.“*⁴⁶ So werden durch diese Festivitäten und der Symbolkraft Andreas Hofers zum einen die Vergangenheit mit ihren verschiedenen Facetten wie die Geschichte, die Krisen, die Kämpfe und die Solidarität in den Vordergrund gerückt. Zum anderen schafft es eine Identität durch ihn als gemeinsamen Helden.⁴⁷

3.2 Positive Entwicklung durch den Wirtschaftssektor Tourismus und den Wirtschaftszweig Hotellerie

Im folgenden Teil wird erläutert, warum der Wirtschaftssektor Tourismus, insbesondere die Hotellerie, eine positive Auswirkung auf die Differenzierung zwischen Südtirolern und Italienern hat. So hat der Tourismus positive Konsequenzen für die europäische Identität; es wachsen dadurch regionale Einheiten in Europa zusammen und nationale

⁴¹ Vgl. Kulturlandschaft Südtirol: www.uibk.ac.at/geographie/projects/kls/analyse.html#anchor1, Zugriff vom 17.04.2014

⁴² Grafik siehe Anhang 2, Seite

⁴³ Siehe astat: Statistisches Jahrbuch 2013 / Annuario statistico 2013, Seite 106, Zugriff vom 06.05.2014

⁴⁴ Zitat: Hopt, Cornelia. Europäische Identität im Tourismus S. 25

⁴⁵ Vgl. ebenda S. 29

⁴⁶ Zitat: ebenda S. 37

⁴⁷ Vgl. ebenda S. 35

Grenzen verschwinden.⁴⁸ Hierbei können drei Modelle zur Darstellungen der positiven Entwicklungen verwendet werden, die Überprüfung der sozialen, kulturellen und politischen Identität. Dabei stellt die soziale Identität die psychische Organisation dar, durch die der Mensch versucht seinen Platz in der Gesellschaft zu finden. Dadurch, dass Menschen in verschiedenen Gruppen leben, wird der Lebensraum sozial, kulturell, politisch und ökonomisch mit anderen geteilt. Es entsteht aus dem eigenen Lebensraum ein sozialer.⁴⁹ Die kulturelle Identität impliziert das gesamte Wissen, welches sich im Laufe der Jahre in einer Gesellschaft angesammelt hat und das in einem spezifischen Interaktionsrahmen einer Gesellschaft das Handeln und das Erleben steuert und von einer Generation überliefert wird.⁵⁰

Pohl stellt dar, dass das Bewusstsein der gemeinsamen Geschichte und Herkunft wichtig ist. Diese spiegelt sich in der Sprache, der Tracht und der Lebensweise der Südtiroler wieder. Die politische Identität stellt *„eine Orientierung der Zugehörigkeit zu einem Kollektiv, der [das] von den gemeinsamen Entscheidungen gleich Betroffener getragen wird. [sic]“*⁵¹

Hierbei vereinigt die Einführung der öffentlichen Ämter und die zentrale Verwaltungsform das gespaltete Italien.

Auch wenn die Mehrsprachigkeit, sowie die zweisprachige Beschilderung der Orte Südtirols von Ettore Tolomei⁵² aus einer Zeit stammt, die die deutschsprachige Bevölkerung bis heute stark trifft und geprägt hat und aus den falschen Gründen durchgeführt wurde, zeigt diese jedoch positive Auswirkung auf den Tourismus. So haben die „Altitaliener“ auch keine Probleme ihr Reiseziel zu erreichen und sich dort zu verständigen.⁵³ Diese Reisen werden nach Südtirol aufgrund des einzigartigen alpinen Panoramas und des winterlichen Klimas, welches in Süditalien nicht gegeben ist, gemacht.

Eine der positivsten Auswirkungen des Tourismus, der sich seit den 1970er Jahren zeigt, ist die damit verbundene landschaftspflegende und erhaltende Funktion, da Tou-

⁴⁸ Vgl. Hopt, Cornelia S. 3

⁴⁹ Vgl. ebenda S. 7

⁵⁰ Vgl. ebenda S. 8

⁵¹ Zitat: ebenda S. 9-10

⁵² Überzeugter italienischer Nationalist

⁵³ Vgl. ebenda S. 63-64

risten stets in einem gepflegten Umfeld Urlaub machen, die Berge als solche in ihrer Reinheit genießen und die Alpen als Lebens- und Erholungsraum nutzen möchten.⁵⁴

Als positive Entwicklung lässt sich auch die Stärkung anderer Wirtschaftszweige wie Einzelhandel und Großhandel benennen. Diese verzeichnen eine positive Entwicklung und steigern die Wirtschaftskraft der Region, jedoch ist dies immer Abhängig von der intakten Kulturlandschaft und der Gastfreundlichkeit der Bevölkerung zu sehen.⁵⁵

3.3 Negative Entwicklungen

So viele positive Auswirkungen der Wirtschaftssektor Tourismus auch auf Südtirol hat, muss dennoch erwähnt werden, dass die Kultur, sowie das christliche Leben der Einheimischen auch unter ihm leiden. So wird die Kultur, wie sie heute für die Reisenden dargestellt wird, als Angriff auf die eigentliche Lebensweise der Bevölkerung verstanden. Ebenfalls stellt der sonntägliche Besuch der Kirchen für Touristen meist keinen religiösen Akt dar, sondern dient zur Beobachtung der schön gekleideten einheimischen Bevölkerung in ihrer traditionellen Tracht.⁵⁶

Negative Entwicklungen, die durch den Tourismus entstehen und beleuchtet werden müssen, sind zum einen die Abrodung der Wälder um Raum für neue Skipisten und Restaurants zu schaffen, zum anderen der Anstieg der Schneefallgrenze und die Abnutzung der Natur durch den Wintersport und Sommersport, wie zum Beispiel Rodeln. Zudem steigt die Verkehrsbelastung durch den alpinen Tourismus an, dies geht einher mit der Lärm und Abgasemission und verdeutlicht sich in der Überlastung der Straßeninfrastruktur.⁵⁷

Diese Überlastung hat zur Konsequenz, dass verstärkt in den Straßenausbau und in die Reparatur der Straßen investiert werden muss.⁵⁸ Allerdings bedingt dieser Ausbau wiederum vermehrte Abgasemissionen.

⁵⁴ Vgl. ebenda S. 14

⁵⁵ Vgl. Nagel, Antje: Wirkung und Potenziale sanfter Mobilität im Alpentourismus anhand von Beispielen aus Südtirol

⁵⁶ Vgl. Hopt, Cornelia S. 46-47

⁵⁷ Vgl. Nagel, Antje

⁵⁸ Vgl. Nagel, Antje: Wirkung und Potenziale sanfter Mobilität im Alpentourismus anhand von Beispielen aus Südtirol

Hinzukommend lässt sich als negative Entwicklung der Verlust der Tradition bei der einheimischen Bevölkerung verzeichnen.⁵⁹

Des Weiteren sind die Lebenserhaltungskosten für die Einwohner dieser Regionen stark angestiegen, was das Sinken der Lebensqualität der Bevölkerung zur Folge hat und auch in diesen Regionen lässt sich der demographische Wandel aufzeigen.⁶⁰

Letztlich ist zur Bevölkerungsstruktur und dem Bemühen der Tourismusbranche die Differenzen in der Bevölkerung zu verringern und deren Einstellung zur Zugehörigkeit zu Italien positiv zu beeinflussen, zu sagen, dass trotz aller politischen Versuche, die negative Entwicklungen und das Zusammenführen dieser ethnischen Gruppen in Südtirol dennoch laut einer Umfrage, scheiterten.

Die Umfrage die von dem Meinungsforschungsinstitut Karmasia im Auftrag der Landtagspartei "Süd - Tiroler Freiheit" im August 2013 durchgeführt wurde und 700 deutsch- und ladinischstammige Südtiroler befragt hat, ergab, dass 54 % der Befragten für die Unabhängigkeit Südtirols sind, 26 % für die Zugehörigkeit zu Italien sind und 20 % der Befragten Personen keine Angabe zu dieser Frage gemacht haben.

Von den befragten Personen fühlen sich 86 % als Südtiroler, 6 % als Italiener, 6 % weder noch italienisch noch südtirolisch und 2 % haben zu dieser Frage ebenfalls keine Angaben gemacht.⁶¹

⁵⁹ Vgl. Hopt, Cornelia, Seite 47

⁶⁰ Vgl. ebenda

⁶¹ Vgl. Tiroler Tageszeitung online vom 14. August 2013, www.tt.com/Tirol/6813426-2/umfrage-54-prozent-der-suedtiroler-wollen-unabhaengig-von-italien.csp?tab=article, Zugriff vom 02.04.2014

4 Die verschiedenen Regionen

Im folgenden Teil dieser Arbeit, werden die unterschiedlichen Regionen Salurn und Bruneck näher beleuchtet, um die verschiedenen Einflüsse auf die Hotels zu verstehen. So liegt die Region Salurn am südlichsten Punkt Südtirols und ist somit das am nächsten angrenzende Gebiet zu Italien, wohingegen Bruneck eher nördlich in Südtirol gelegen ist.



Abbildung 3: Landkarte Südtirols⁶²

⁶² Eigene Abänderung, Vgl. Landkarte Südtirol:

http://www.kompass.de/uploads/tx_wckompproducts/suedtirol.jpg , Zugriff vom 02.04.2014

4.1 Die Region Bruneck - St. Lorenzen

In diesem Teil der Arbeit wird die Region Bruneck, insbesondere das Dorf San Lorenzen di Sebato und dessen Geschichte kurz vorgestellt.

Bruneck dessen Antlitz von Burgen, Museen, Theatern und Kirchen von der Gotik bis zum Barock geprägt ist wurde im Mittelalter als Stadt gegründet. Es stellt den größten Ort im Pustertal dar; dieses Tal ist Teil der Gebirgskette der Dolomiten.⁶³ Die Gemeinde St. Lorenzen, welche zum Landkreis Bruneck gehört und drei Kilometer von der Stadt entfernt ist, mit dem ehemaligen Frauenkloster Sonnenburg, grenzt direkt an Bruneck an. Diese Stadt wurde nach dem heiligen Laurentius, der in der Spätantike als besonders wichtig erachtet wurde, benannt.

In St. Lorenzen lag das römische Sebatum⁶⁴ und durch die so schon vorhandene Infrastruktur konnte sich der Ort zum wichtigsten im ganzen Pustertal entwickeln.⁶⁵ Dieser kleine Ort, war im Mittelalter Vorposten der Tiroler Landesfürsten, die auf der nahen Michelsburg Gericht hielten.⁶⁶ Im ehemaligen „Kloster Sonnenburg“ ist seit den 1960er Jahren das „Hotel Schloss Sonnenburg“ untergebracht. Der Orden, dieses Klosters war autonom, die Regeln freizügig und die Äbtissinnen sehr unabhängig, so zeigten sie keinen Respekt dem Papst gegenüber, dessen Regeln die Äbtissinnen nicht befolgten. Jedoch kam es unter dem brixener Fürstbischof Nikolaus von Kues, der fällige Reformen ausführen wollte, zum Konflikt zwischen den Äbtissinnen und dem Bistum, *„der erst nach Einschaltung des Landesfürsten Sigismund von Tirol, nach Bannsprüchen und Blutvergießen endet“*.⁶⁷

4.2 Die Region Salurn

Die Region Salurn ital. Salorno, liegt an der sogenannten Salurner Klausel und stellt somit die deutsch- italienische Sprachgrenze dar und ist geographisch die Grenze zwi-

⁶³ Höllhuber, Dietrich, S. 72

⁶⁴ Das römische Sebatum ist die Straßenstation entlang der Strecke Aquileia- Veldidenda, diese ist geprägt von der Siedlungsgeschichte der Römer. Somit das Altrömische Straßenverzeichnis.

⁶⁵ Vgl. Museum Mansio Sebatum. www.mansio-sebatum.it/museum-mansio/, Zugriff vom 17.04.2014

⁶⁶ Vgl. Höllhuber, Dietrich S. 77

⁶⁷ Vgl. ebenda S. 78

schen Italien und dem Alto Adige. Es umfasst die Ortschaften Salurn, Buchholz und Gfrill.⁶⁸ Es liegt im Etschtal und somit in den Brenta-Dolomiten.⁶⁹

Das Gesicht dieser Stadt ist durch die Renaissance und den Barock geprägt. Aus dieser Zeit stammen sehr viele Häuser. Das Gebiet liegt direkt am Ende der Südtiroler Weinstraße und ist das größte Weißweinanbaugebiet Südtirols.⁷⁰

Es ist ein kleiner Ort mit circa 3625 Einwohnern. Aufgrund der südlichen Lage weist dieses Areal ganzjährig milde Temperaturen auf, weshalb der Naturpark Trudner Horn ganzjährig für Wanderungen und Radtouren genutzt werden kann.⁷¹

⁶⁸ Vgl. Salurn. www.inlocoquisalurnis.eu/index.php?option=com_content&task=view&id=125&Itemid=147, Zugriff vom 13.04.2014

⁶⁹ Vgl. LICoNet www.suedtirol-it.com/salurn, Zugriff vom 07.04.2014

⁷⁰ Vgl. Verein Südtiroler Weinstraße. www.suedtiroler-weinstrasse.it/deutsch/orte/salurn, Zugriff vom 12.04.2014

⁷¹ Vgl. www.salurn.bz/urlaub/willkommen.aspx, Zugriff vom 12.04.2014

5 Der Tourismus in Südtirol

Seit dem Goethe im 18. Jahrhundert seine Italienreise unternahm, wurden Reisen in das damalige Tirol verzeichnet. Dadurch dass Königin Elisabeth (Sissi) Anfang des 19. Jahrhundert ihren Feriensitz in das Südtiroler Schloss Trautmannsdorff verlegt hatte, wurde ein Zuwachs im Tourismus verzeichnet. Damals war das Reisen noch eine sehr langwierige Angelegenheit um zum Ziel seiner Reise zu gelangen. Der Faktor der den Tourismus in Südtirol zur Entwicklung verhalf, war der Ausbau der Brennerautobahn im Jahre 1971. Durch diesen Ausbau stieg binnen kürzester Zeit die Anzahl der Autos, die den Brenner Richtung Italien und Südtirol passierten.⁷²

Südtirol umfasst ein Gebiet von ca. 7.400 km². Von den 505.067 Menschen die dort wohnen, arbeiten 63,5 Prozent im Dienstleistungsgewerbe.⁷³ Somit wird deutlich, dass der Tourismus in Südtirol einer der wichtigsten Wirtschaftssektoren in diesem Areal ist.

Das Gebiet umfasst mehr als 10.000 Beherbergungsgebiete, diese verfügen insgesamt über 200.000 Betten und erwirtschaften einen Umsatz von mehr als 3 Milliarden Euro im Jahr.⁷⁴

⁷² Vgl. Tourismusgeschichte, www.campingsteiner.com/de/camping/umgebung/tourismus-geschichte.html, Zugriff vom 11.05.2013

⁷³ Vgl. www.reisefuehrer-suedtirol.de/Suedtirol/Fakten-und-Zahlen.html, Zugriff vom 03.05.2014

⁷⁴ Vgl. Tourismus, www.provinz.bz.it/astat/mobilitaet-tourismus/tourismus.asp, Zugriff vom 20.04.2014

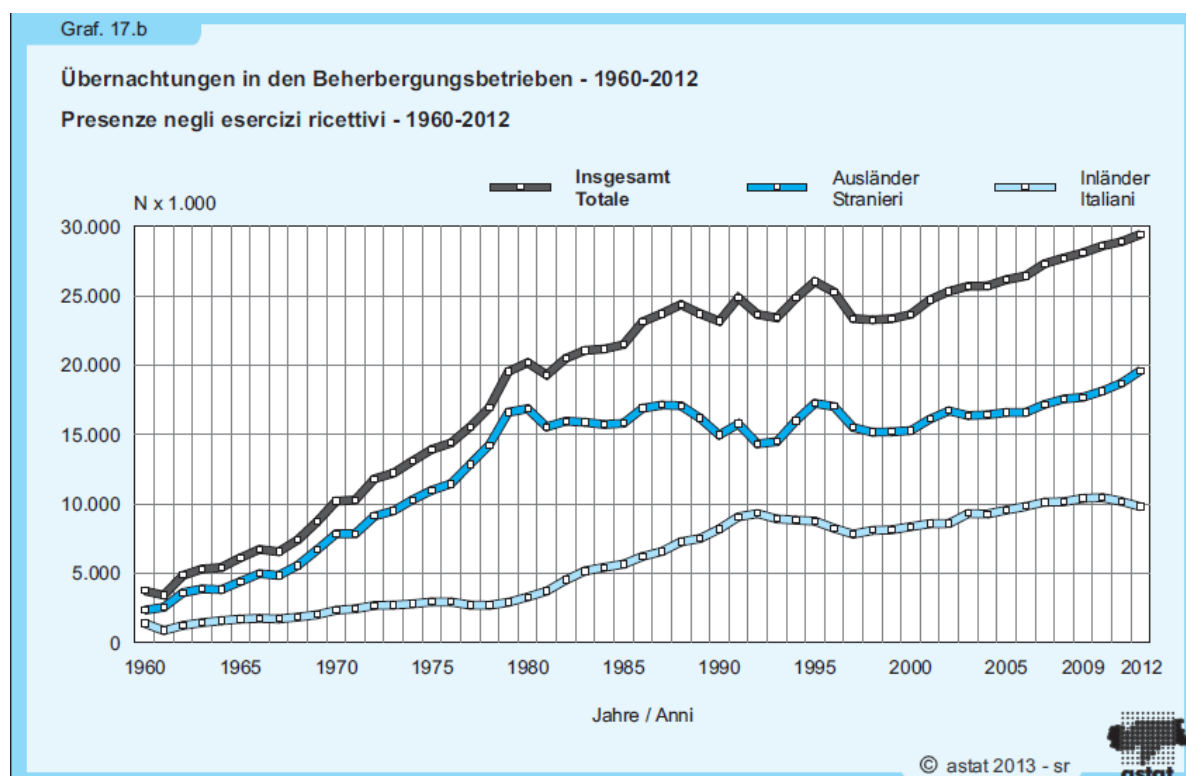


Abbildung 4: Beherbergungsanstieg seit den 1960er Jahren bis 2012⁷⁵

Trotz den wiederkehrenden Wirtschaftskrisen steigt der Tourismus, insbesondere die Anzahl der Übernachtungen stetig bei ausländischen Gästen an, lediglich im Bereich der inländischen Gäste, stagniert seit den letzten 5 Jahren die Zahl der Übernachtungen, bis hin zur Verzeichnung von leichten Rückgängen.⁷⁶

Hierbei verzeichnen diese Betriebe ca. 5 Millionen Ankünfte mit ungefähr 28 Millionen Übernachtungen. Dabei geben die Gäste im Durchschnitt 120 Euro pro Tag aus.⁷⁷

Im Bereich der 4 - und 5 - Sterne - Hotels kann Südtirol eine Anzahl von insgesamt 408 Betrieben, welche über 15.213 Zimmer verfügen, die 29.319 Betten haben und ihren Gästen 15.198 Bäder zur Verfügung stellen, aufweisen.

Am meisten ist jedoch die 3 - Sterne - Hotellerie in diesem Areal ausgeprägt. So gibt es in diesem Bereich mit 1544 Betrieben die meisten von ihnen, die mit 33.406 über die

⁷⁵ Astat, Statistisches Jahrbuch 2013, Tourismus, Kapitel 17, Seite 437, http://www.provinz.bz.it/astat/download/JB2013_K17.pdf

⁷⁶ Vgl. Abbildung 4

⁷⁷ Vgl. ASTAT- Statistisches Jahrbuch, Kapitel 17, Seite 436

meisten Zimmer und mit 65.340 Betten und 33.359 Bädern über die höchste Anzahl an solchen für die Beherbergung für Gäste verfügen.⁷⁸

Insgesamt verzeichnet der Tourismus in Südtirol im Jahr 2012 Ankünfte von 6,045 Millionen Menschen. Von diesen Ankünften waren über die Hälfte Deutsche (3,8 Mio.), gefolgt von Schweizern, Liechtensteinern und Österreichern. Dadurch zeichnet sich ab, dass auf den Rängen 1-3 vorwiegend deutschsprachige Gäste nach Südtirol reisten.⁷⁹

In den für diese Arbeit relevante Regionen, nämlich Bruneck im Pustertal und Salurn im Überetsch, werden im Pustertal deutlich mehr Ankünfte sowohl von In- als auch von Ausländern im Vergleich zum Überetsch verzeichnet. Dies ist zum einen darauf zurückzuführen, dass das Gebiet des Überetsch deutlich kleiner ist, als das Pustertal, zum anderen ist das Überetsch weniger mit großen Skigebieten ausgestattet, als das Pustertal.⁸⁰

Dies zeigt die folgende Grafik, welche dem Statistischen Jahrbuch Südtirols entnommen und bearbeitet wurde, deutlich. Hierbei wurden die beiden relevanten Regionen farblich gekennzeichnet.

⁷⁸ Vgl. ebenda, Seite 436

⁷⁹ Vgl. ebenda, Seite 436- 437

⁸⁰ Vgl. ebenda, Seite 438

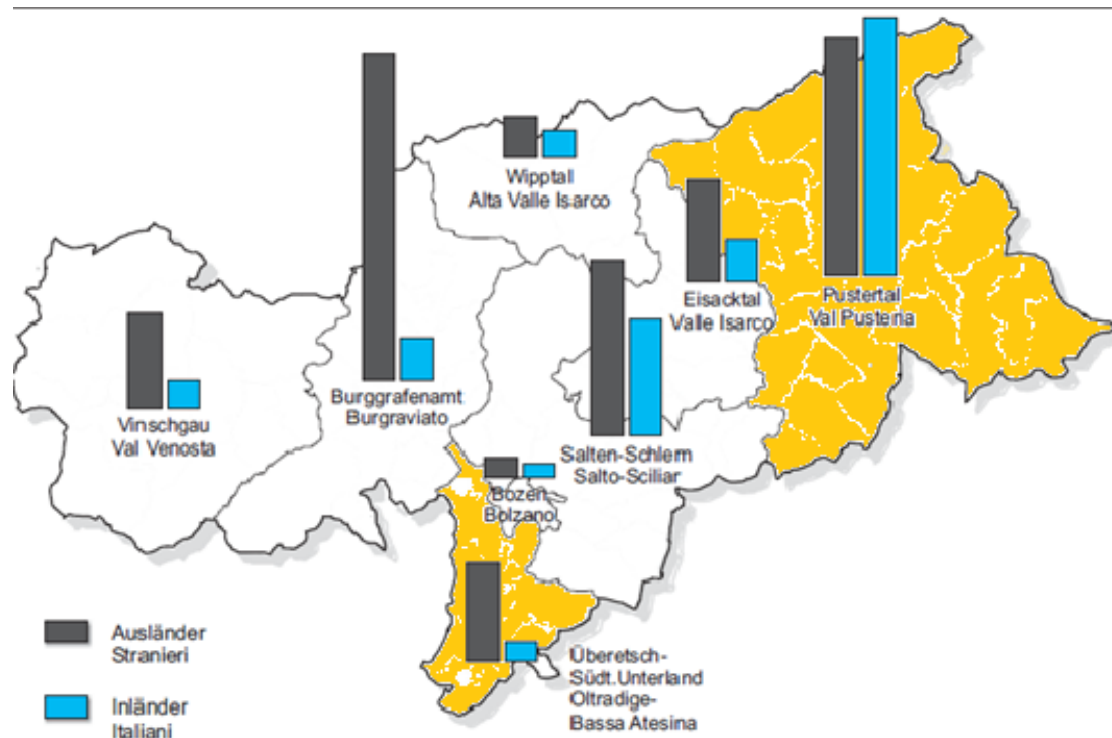


Abbildung 5: Übernachtungen in den Beherbergungsbetrieben nach Bezirksgemeinschaft 2012⁸¹

⁸¹ eigene Bearbeitung, Vgl. ASTAT: Statistisches Jahrbuch, Kapitel 17, Seite 438

6 Die Problematik hinter der Zusammenarbeit der Italiener und Südtiroler allgemein

Da die jüngste Vergangenheit sowohl in den Köpfen der deutschsprachigen Südtiroler als auch im Gedächtnis der italienischsprachigen Südtiroler Bevölkerung allgegenwärtig ist, gibt es allgemeine Probleme für die Zusammenarbeit dieser Bevölkerungsgruppen.

„freundliches tolerieren[,] aber nicht 100%iges akzeptieren[sic.]“ - Wolfgang Pruscha⁸²

Die Italiener fühlen sich in ihrem eigenen Land vernachlässigt und nicht akzeptiert, da es die konsequente Weigerung der Gleichberechtigung der italienischen Bevölkerung, zum einen von Seiten der Südtiroler gibt, auf der anderen Seite, tolerieren die Italiener die Südtiroler mit ihrer eigenen Kultur, Sprache und Tradition nicht. So misstrauen die Deutschen den Italienern immernoch. Daher ergibt sich ein Misstrauensverhältnis zwischen den Deutschen und den Italienern. Ebenfalls wird die Haltung der deutschsprachigen Bevölkerung von Seiten der italienischen Bevölkerung als überheblich und mit Rachegefühlen behaftet verstanden. Dass diese Gruppe zudem mehr Unterstützung vom Staat erhält, trägt zusätzlich zur Verschärfung des Konfliktes bei.⁸³

Die italienische Bevölkerung wird als ineffizient, faul und unzuverlässig aufgefasst.⁸⁴

6.1 SWOT - Analyse

Nun wird im nachfolgenden Text eine SWOT - Analyse durchgeführt.

Das Analyse - Werkzeug SWOT ist eine Stärken-, Schwächen-, Chancen- und Risiken-Analyse. Es wird durch dieses Tool eine externe Chancen und Risiken Analyse und ein internes Stärken und Schwächen Profil dargestellt.⁸⁵ Hierbei wird analysiert welches Potenzial sich aus der Zusammenarbeit von Italienern und Südtirolern ergibt.

Die Stärken die sich durch diese Zusammenarbeit ergeben ist die Zweisprachigkeit der Einheimischen, die dadurch die Gäste besser verstehen und betreuen können. Dies

⁸² Zitat: Pruscha, Wolfgang, www.reise-nach-italien.de/altoadige.html, Zugriff vom 15.04.2014

⁸³ Vgl. Pruscha, Wolfgang www.reise-nach-italien.de/altoadige.html, Zugriff vom 15.04.2014

⁸⁴ Vgl. ebenda

⁸⁵ Vgl. SWOT-Analyse, wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/swot-analyse.html, Zugriff vom 21.04.2014

führt zu zufriedeneren Gästen, die wiederum ihr positives Urlaubserlebnis an ihre Freunde und Verwandte weiter geben. Dadurch ergibt sich ein Vorteil im Vermarkten der Hotels. Ebenfalls wird somit eine gewisse Internationalität suggeriert, die sowohl in der Hotellerie als auch in der Tourismusbranche unabdingbar ist.

Durch das Ausleben beider Kulturen in der Arbeitswelt, kann dies zu vermehrte Tourismus führen, da Menschen immer Neues erleben wollen und andere Kulturen kennenlernen möchten.

Als Schwäche kann das mangelnde Sprachverständnis von Seiten der deutschen Südtiroler genannt werden. Hierbei ist das Hauptproblem, dass zwar italienisch in der Schule gelehrt wird, jedoch aufgrund der politischen Differenzen und des mangelnden „Wir - Gefühls“ mit Italien, Italienisch zu wenig gelernt, verinnerlicht und zu wenig gesprochen wird. Eine weitere Schwäche, die sich in der Zusammenarbeit dieser Bevölkerungen ergeben kann, ist das konfliktreiche Arbeitsumfeld, welches durch die nicht bewältigte Vergangenheit, durch die es zu Reibereien während der Arbeitszeit kommen kann, und die die Emotionen der Menschen sehr stark geprägt ist.

Ein Risiko stellt die politische Situation in Südtirol und Italien dar. So ist das gesamte Land in sämtlichen relevanten politischen Themen stets geteilt. Des Weiteren stellt die andauernde Wirtschaftskrise, in der sich Italien und die EU befindet, ein Risiko für das Zusammenleben dieser Gruppen dar. So wird bis heute in Italien debattiert ob Südtirol einen Teil der italienischen Schulden zu tragen hat und womit einer der wenigen funktionierenden Wirtschaftsregionen Italien zerstört würde.⁸⁶

Die Tourismusbranche und die Hotellerie können allerdings auch als Chance gesehen werden, die Differenzen zwischen diesen Gruppen zu bewältigen. So sind zum Beispiel italienische Gäste in Südtirol stets willkommen, da das von ihnen mitgebrachte Geld die florierende Wirtschaft Südtirols fördert. Es kann ebenfalls als Chance begriffen werden, dass die verschiedenen Kulturen anders kennen und schätzen gelernt werden können, so dass die Mitarbeiter dieser Branche aufgeschlossener werden. Dadurch dass die deutsche Hotellerie in Südtirol bereits als Marke⁸⁷ bezeichnet werden kann, bietet sich eine neue Chance und eine weitere Erschließung des italienischen Tourismusmarktes durch Partnerschaften zwischen italienischen und südtiroler Hotels, unter Mottos wie „ein Wir für Südtirol“.

⁸⁶ Vgl. Diekmann, Florian, Zugriff vom 01.06.2014

⁸⁷ Vgl. Info Franceschini, Katya

Eine weitere Chance stellen in der Wintersaison die verschiedenen Weihnachtsmärkte in Südtirol dar. So besuchen nicht nur italienische Gäste, die extra mit Gruppenbussen anreisen, weshalb die meisten Hotels in Südtirol ab Ende November ausgebucht sind, die Märkte, ebenfalls reisen viele Deutsche und Österreicher an, um einmal die Weihnachtsmärkte in Südtirol, ob in Bozen oder Bruneck mitzuerleben. Der Vorteil dieser Märkte im Vergleich zu deutschen oder österreichischen ist, dass diese von Ende November bis zum Feiertag der heiligen Dreikönige⁸⁸, welches einer der höchsten Feiertage in Italien ist, geöffnet sind. In Österreich sind lediglich zwei Weihnachtsmärkte noch nach den Weihnachtsfeiertagen geöffnet.⁸⁹ In Deutschland haben die Christkindelmärkte maximal bis zum 24. Dezember geöffnet.⁹⁰

Des Weiteren bietet diese Branche die Möglichkeit die Europäisierung als Vorteil zu nutzen und für beide zu lernen, dass in Zeiten, in denen Ländergrenzen in Europa immer mehr verschwinden, Differenzen in einem Land an Bedeutung verlieren können. Zudem ergeben sich neue Marketingmöglichkeiten für die Hotellerie in Südtirol. So kann sie sich durch die Vermarktung ihrer Geschichte und durch ihrer Lage in Südtirol mit der Besonderheit der Synthese zweier Kulturen von ähnlichen alpinen Regionen, wie Osttirol in Österreich, die Ammergauer Alpen in Deutschland, die eine ähnliche Lage aufweisen, abheben, was auch als USP⁹¹ aufgefasst werden kann.

Allerdings wird der Brenner als natürliche Grenze zwischen Italien und Österreich verstanden. Diese Grenze fungiert gleichzeitig als Wettergrenze. So ist die klimatische Lage jenseits des Brenners doch im Durchschnitt besser als diesseits, kalte Nordwinde werden beispielsweise durch die Ötztaler, Stubai und Zillertaler Alpen sowie durch Hohen Tauern abgehalten.

Die kalte Nordluft, die in Südtirol moderat weht, hat ihren Zufluss durch den Brenner, Stallsattler und Reschen, diese Berge sind ebenfalls sehr hoch gelegen. Dies bedeutet, dass Südtirol eine äußerst abgeschirmte Lage hat, was dieses Gebiet vor großen Effekten schützt; ebenfalls findet man bis Bozen Spuren der vordringenden Flora des

⁸⁸ Vgl. Weihnachtsmärkte Südtirol- Italien, www.weihnachtsmaerkte.it, Zugriff vom 15.04.2014

⁸⁹ Vgl. Adventsmärkte in Tirol, www.austria.info/at/land-und-leute/adventsmaerkte-in-tirol-866502.html, Zugriff vom 15.04.2014

⁹⁰ Vgl. Weihnachtsmärkte Deutschland 2013, www.weihnachtsmarkt-deutschland.de, Zugriff vom 15.04.2014

⁹¹ USP= Unique Selling Proposition: stellt einen einzigartigen Nutzen/ Verkaufsversprechen bei der Positionierung einer Leistung dar. Dies wird verwendet um sich vom Konkurrenten abzuheben. Information: www.wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/unique-selling-proposition-usp.html?r, Zugriff vom 02.04.2014

Mittelmeeres.⁹² Dieser Vorteil kann von jedem Südtiroler Hotel gegenüber der deutschen und österreichischen alpinen Hotellerie genutzt und dementsprechend vermarktet werden.

6.2 Marketingempfehlungen

Aufgrund von dieser SWOT - Analyse lassen sich Marketingempfehlungen für die Tourismusbranche in Südtirol ableiten.

Zum einen könnten sich die verschiedenen sowohl deutsch- als auch italienischsprachige Hotels unter dem Motto „ein Wir für Südtirol“ gemeinsam vermarkten. Hierbei könnte in einer Marketingkampagne sowohl die Vorteile der Zweisprachigkeit der Region, wie auch die unterschiedlichen Kulturen betont werden. Die Bilder die dafür verwendet werden könnten, wären zum Beispiel eine typische italienische Familie auf einem der Weihnachtsmärkte in Bruneck und Bozen, die berühmt und begehrt in Italien sind. Obendrein können Bilderwelten, die Unstimmigkeiten beseitigen, indem eine Familie bei einem Sonntagsgottesdienst, da sowohl 89 % der Südtiroler katholisch sind, wie auch der Großteil der Italiener, dargestellt wird. Dadurch werden die Gemeinsamkeiten der Südtiroler und Italiener hervorgehoben.

Als nächster Ansatzpunkt für eine Werbekampagne unter diesem Motto, kann die Geschichte Südtirols verwendet werden. So teilt sich diese Region seit dem 20. Jahrhundert die gleiche Vergangenheit mit zwei verschiedenen Blickwinkeln, die allerdings in einer Kampagne dargestellt werden können. Hierbei kann auch mit der Zugehörigkeit Südtirols zu Italien die Wetterlage betont werden, die in Südtirol besser ist, als in den anderen alpinen Regionen.

Ebenfalls könnten deutsche Hotels die Hilfe von italienischen Hotels nutzen, um somit gezieltere Ansprache von Italienern zu erzielen. So kennen die Italiener die Mentalität ihrer Landesgenossen besser und können diese direkter ansprechen. Des Weiteren könnten die italienischen Hotels Hilfestellung im Übersetzen der Webseite auf Italienisch leisten. Da die deutschen Südtiroler zwar italienisch in der Schule erlernten, jedoch meist im privaten Umfeld nicht weiter vertieft werden. So können Fehler, die zu Peinlichkeiten führen könnten, vermieden werden. Natürlicherweise sollten die deutschen Partnerhotels den italienischen auch Hilfestellung geben.

⁹² Vgl. Landeswetterdienst Südtirol, www.wetter.bz.it/klima_suedtirol.html, Zugriff vom 13.04.2014

Wenn diese Hotels in zwei verschiedenen Regionen Südtirols beheimatet sind, verschiedene Zielgruppen haben, können beide Hotels Nutzen aus der Zusammenarbeit ziehen, ohne sich die Kundschaft wegzunehmen.

Durch diese Partnerschaften werden Gerüchte und Differenzen, die eventuell nur noch durch Erzählungen weitergegeben werden, vermieden und die bereits existieren, bereinigt.

7 Das Hotel Schloss Sonnenburg im Vergleich zu dem Hotel Klammhof

Das folgende Kapitel befasst sich zuerst mit dem Hotel Schloss Sonnenburg, dessen Geschichte, sowie der Zusammenarbeit zwischen den Mitarbeitern. Hierbei wird ein Soll-Ist-Vergleich durchgeführt. Daraufhin wird das Hotel Klammhof näher beleuchtet. Ebenfalls wird dabei ein Soll-Ist-Vergleich durchgeführt. Daraufhin wird dargestellt wie diese beiden Hotels sich gegenseitig positiv beeinflussen könnten und aus ihrer verschiedenen ethnischen Herkunft Vorteile ziehen und von dem jeweils anderen Hotel lernen können.

7.1 Das Hotel Schloss Sonnenburg - Historischer Hintergrund des Hotels, Daten und Fakten

Das Hotel Schloss Sonnenburg war bis zum Jahre 1022 Eigentum des Gaugrafen von Lurn und Pustertal. Nach dem Tod des Gaugrafen erhielt Graf Volkhold, das Schloss Suanapurc, welches heute Sonnenburg genannt wird und übergab dieses im Jahr 1023 inklusive des dazugehörigen Grundbesitzes dem Benediktinerorden zur Errichtung eines Damenstifts. Die erste Äbtissin wurde die Tochter Aribos⁹³ und dessen Gemahlin, Wichburg von Sonnenburg. Circa 750 Jahre waren die Benediktinerinnen dieses Klosters Eigentümerinnen des Gadertaler - Gebietes.⁹⁴

Im 15. Jahrhundert kam es zu einem Konflikt zwischen dem Bischof von Brixen, Nikolaus von Kues und der Äbtissin Verena von Stuben, die vom Tiroler Landesfürsten Herzog Siegmund unterstützt wurde. Im Zuge der Auseinandersetzungen wurden im benachbarten Ort Enneberg Bauern, die dem Stift freiwillig Abgaben leisteten, von deren Gegnern getötet. Die Situation spitzte sich so weit zu, dass die Bischöfe in St. Lorenzen die Gläubigen aufforderten, das Kloster zu verbrennen und Verena von Stuben zu töten. Aufgrund der Verweigerung diesem Aufruf Folge zu leisten, wurde Verena von Stuben verbannt. Kurz vor ihrem Tod lebte Verena wieder im Kloster und verstarb dort.⁹⁵

⁹³ Aribo war vor Volhold der Inhaber des schlosses Suanapurc.

⁹⁴ Vgl. Knötig, Karl, Sonnenburg – 4000 Jahre von der Steinzeitsiedlung zur heutigen Nobelherberge S. 42-45

⁹⁵ Vgl. ebenda S. 98- 125

Im Jahre 1785 wurde im Josephinismus⁹⁶ und durch den Konflikt zwischen dem Vatikan und dem Benediktinerstift das Stift aufgehoben.⁹⁷

In der Zeit der Südtiroler Freiheitskämpfen, von 1797 bis 1813, diente das Schloss als Militärhospital, später als Armenwohnheim. Daraufhin war die Burg kurz vor dem Verfall.

Im Jahr 1974 wurde das Schloss als Nobelherberge eröffnet. Es umfasst das Pfisterhaus, welches eine separate Unterkunft mit 2 Schlafzimmern und einer eigenen Küche (der ehemaligen Klosterbäckerei) ist. Das Hauptgebäude besteht aus 38 Zimmer mit 5 verschiedenen Zimmerkategorien⁹⁸, wobei jedes Zimmer individuell gestaltet ist und durch verschiedene Accessoires wie Bilder der verschiedenen Äbtissinnen, Wappen und Ornamente an die Geschichte der Burg, erinnert. Des Weiteren sind die Gästezimmer im rustikalen Stil gehalten. Zudem wurden die Speisesäle mit Informationstafeln über das Kloster versehen, so erinnert der Saal der Äbtissin bis heute an Verena von Stuben, ebenfalls verweisen die Krypta, die Kirche, die unterirdischen Gänge und die Brunnen auf das ehemalige Klosterleben. Diese werden auch in wöchentlichen Führungen gezeigt.⁹⁹



Abbildung 6: Das ehemalige Kloster und heutige Hotel Schloss Sonnenburg¹⁰⁰

⁹⁶ Benannt nach Kaiser Joseph II.

⁹⁷ Vgl. ebenda S. 125 - 132

⁹⁸ Die Zimmerkategorien sind Superior, Standard, Deluxe, Klassik und Suit.

⁹⁹ Vgl. www.sonnenburg.com, Zugriff vom 10.04.2014

¹⁰⁰ Bild: http://www.schlosshotels.co.at/uploads/tx_shhmitglieder/winter_55.jpg, Zugriff vom 20.04.2014

7.1.1 Ist - Zustand im Hotel

Die Inhaber der Sonnenburg ist die Stanberger Familie Knötig. Diese beschäftigt neben dem Direktor, zwei Teilzeitangestellte¹⁰¹, einem Auszubildenden zum Koch und im Durchschnitt zwei Praktikanten und zwölf Vollzeitangestellte. Die Festangestellten sind sehr international aufgestellt, so gibt es Südtiroler, Kosovo - Albaner, Slowaken, Italiener und Deutsche. In der Wintersaison, die von Dezember bis April ist, sind überwiegend deutsche und deutschsprachige Touristen im Hotel, wohingegen in der Sommersaison, die von Mai bis Oktober ist, das Hotel überwiegend italienische Gäste beherbergt.¹⁰²

Pro Saison findet ein Mitarbeiteressen außerhalb des Hotels mit der Inhaberfamilie statt. Hierbei bedankt sich die Familie für das Engagement und die Zusammenarbeit bei den Angestellten.

Der Vorteil der Multikulturalität der Angestellten ist, dass sehr viele internationale Gäste in ihrer Landessprache begrüßt und bedient werden können und Wünsche die der Gast äußert einfacher verstanden und umgesetzt werden können. Ebenfalls gibt es mehr Verständnis gegenüber den kulturellen Besonderheiten der einzelnen Gästegruppen zum Beispiel der Russen, Südtalienern und Bulgaren.

Die Nachteile die sich aus dieser kulturellen Mischung ergeben, sind zum einen Unstimmigkeiten im Team, da sprachliche Differenzen gegeben sind und religiöses sowie kulturelle Unterschiede auf fehlendes Verständnis des jeweils anderen treffen. Aufgrund der jüngsten Geschichte Südtirols gibt es auch die Weigerung von italienischsprachigen Mitarbeitern Deutsch mit Kollegen zu sprechen, da diese der Ansicht sind man befinde sich in Italien und die deutschsprachigen Mitarbeiter müssen sich daher an die italienische Kultur anpassen.

„Der Italiener weigert sich deutsch zu sprechen, weshalb das ganze Team sich in gebrochenem Italienisch zu verständigen versucht. Soll doch der Eine Deutsch lernen, was der Rest der Mitarbeiter fließend beherrscht.“¹⁰³

Neben diesen Unstimmigkeiten bei den Angestellten gibt es ebenfalls ein fehlendes Vertrauen gegenüber den italienischen und den nicht - deutschsprachigen Gäste des

¹⁰¹ Sowohl die Vollzeit-, als auch die Teilzeitangestellten haben Saisonverträge.

¹⁰² Aussagen Herr Wechselberger, Direktor Hotel Schloss Sonnenburg

¹⁰³ Zitat Ida Wechselberger, Consuela des Hotels Schloss Sonnenburg, deutschsprachige Südtirolerin

Hotels, was darin zum Ausdruck gebracht wird, dass alle Gäste außer Deutschen, Österreichern und Schweizern Anzahlungen in Höhe von 200,00 Euro pro Person leisten müssen.¹⁰⁴

Jedoch ist das ganze Team stets bemüht, die Wünsche der Gäste bestmöglich zu erfüllen. Die Differenzen werden im Allgemeinen durch Nicht - Ansprache von politischen Meinungen und aktuellen Themen vermieden. Solange kein politisches Thema angesprochen wird, akzeptieren sich die Mitarbeiter, denn dass es zu Differenzen zwischen der Küche, welche mit deutschsprachige Südtirolern besetzt ist und dem Service, der sehr multikulturell aufgestellt ist, welche in einem Hotel weitgehend normal sind.

Die Tradition und Zugehörigkeit zur deutschen Südtiroler Bevölkerung verdeutlicht das Hotel durch ihre Arbeitskleidung. So tragen die weiblichen Mitarbeiter die traditionellen Südtiroler Dirndl in dunklen Farben.

7.1.2 Soll - Zustand in der Sonnenburg

Der optimale Umgang der Mitarbeiter würde durch gegenseitige Rücksichtnahme erreicht werden. So sollten die italienischsprachigen Angestellten, die deutsche Sprache erlernen und dies auch im Team sprechen, da dies den guten Willen zeigen und die Unstimmigkeiten verringern würde, vor allem vor dem Hintergrund, dass Deutsch die Amtssprache des Gebietes ist. Außerdem sollte der Direktor Regeln im Umgang mit aktuellen politischen Themen und der Vergangenheit aufstellen. So sollte er verdeutlichen, dass die Vergangenheit dieses Gebietes nicht abänderbar ist, jedoch das Betriebsklima und vor allem das Wohl der Gäste nicht unter den aus solchen Diskussionen resultierenden Unstimmigkeiten, die im Team entstehen können, beeinträchtigt werden sollten.

Ebenfalls sollte die Inländerdiskriminierung der Italiener eingegrenzt werden, so dass sich die italienischsprachigen Mitarbeiter nicht für ihre gesamten Landsmänner einsetzen „wollen“.

Das Arbeitsklima sollte weder durch politische Aspekte beeinträchtigt werden, noch durch die Vergangenheit. Da allerdings diese Themen sowohl bei den italienischen Südtirolern, als auch bei den deutschsprachigen Südtirolern, durch Emotionalität ge-

¹⁰⁴ Informationen Ilga Valentin, Rezeptionistin im Hotel Schloss Sonnenburg, deutsch und ladinisch sprachige Südtirolerin

prägt sind wird es kaum vermeidbar sein, bei solchen Thematiken auf selbige gänzlich zu verzichten. Aus diesem Grund sollte die Ansprache dieser Ereignisse vollständig vermieden werden.

Konfliktvermeidung könnte dies durch gezielte Schulungen der Mitarbeiter, und mit interkulturellem Training einstudiert werden. Sobald Differenzen im Team auftreten, sollten Mitarbeitergespräche geführt werden oder noch viel eher empfiehlt es sich zur Konfliktprävention in regelmäßigen Abständen Mitarbeitergespräche zu führen. Ebenfalls sind in jeder Saison hilfreich Teambesprechungen durchzuführen, bei denen das gesamte Team anwesend ist, damit Fehler die auftreten, schnellstmöglich gelöst werden können.

7.1.3 Lösungsversuche

Ein Lösungsansatz, damit es keine Differenzen mehr zwischen Mitarbeitern kommt, ist das Aufstellen von Grundregeln. So sollten die Inhaber die Ansprache von politischen Themen komplett verbieten, obendrein sollten private Gespräche am Arbeitsplatz unterbunden werden. Eine weitere Grundregel sollte sein, dass die Mitarbeiter das Erfüllen der Gästebedürfnisse in den Vordergrund stellen, da die Kundenzufriedenheit das Wichtigste in einem Hotel ist.

Weiterhin sollten regelmäßige Schulungen zum korrekten Umgang von den Mitarbeitern, mit interkulturellem Verständnis erlernt werden.

Des Weiteren wären zwei Mitarbeiteressen außerhalb des Hotels pro Saison, um den Zusammenhalt und die Vertrauensbasis, sowie die Kommunikation zwischen den Angestellten zu fördern, von Vorteil. Zum Beispiel könnte in der Wintersaison eine Weihnachtsfeier für die Mitarbeiter durchgeführt werden. Hierbei könnten die Angestellten Wichteln, was eine gute Möglichkeit ist, um das Teambuilding, sowie die Zusammenarbeit der Angestellten zu unterstützen. Eine weitere wäre ein Saisonabschlussessen, am Ende jeder Saison. Dabei können die Angestellten die Saison Revue passieren lassen, Fehler können aufgearbeitet und Differenzen geklärt werden um diese in der nächsten Saison zu vermeiden.

7.2 Das 3 - Sterne - Hotel Klammhof

Das 3 - Sterne - Hotel Klammhof, welches ein kleiner italienisch geführter Familienbetrieb in Salurn, im Süden Südtirols, ist, war ein ehemaliger Bauernhof, der von den Großeltern der Eigentumsfamilie zur Jugendherberge 1964 ausgebaut wurde. Seit 1982/83 wurde die Jugendherberge zum 3 – Sterne - Hotel Klammhof umgebaut.¹⁰⁵

In dem Hotel werden drei Familienmitglieder, welche alle italienischer Muttersprache sind und aus dem Trentino kommen, 2 Saisonkräfte, die deutscher und italienischer Muttersprache sind und 3 Arbeitskräfte aus Südtirol auf Abruf beschäftigt. Das Hotel beinhaltet 26 Hotelzimmer, 1 Speisesaal, eine Bar und eine Gartenanlage mit Incentive- Außenpool¹⁰⁶.

Der Klammhof, welcher in einer ruhigen Lage, fernab von den großen Tourismusgebieten, in der Mitte der Weinberge liegt und an den Naturpark Trudner Horn angrenzt, ist vor allem das Urlaubsziel von Wanderern, Senioren und Reisegruppen. Die Spezialisierung der Beherbergung dieses Hotels, liegt in Gruppenreisen für circa 50 Personen, wobei das Hotel ausschließlich Saison von Ostern bis einschließlich Oktober hat.

Aufgrund der Lage dieses Hotels ist es sehr stark von Vorreservierungen abhängig.

7.2.1 Ist - Zustand

„Der italienische Gast ist normalerweise erfreut, dass wir einen italienischen Nachnamen haben! Der deutsche Gast fragt nach, warum wir in Südtirol einen italienischen Nachnamen haben.“¹⁰⁷

Die Mitarbeiter, die alle aus verschiedenen Regionen Italiens und Südtirols stammen, sind stets um die vollste Zufriedenheit der Gäste bemüht, wobei sich in der allgemeinen Arbeitsmoral deutliche Unterschiede in den Sprachgruppen zeigen. So sind die „Deutschen - Südtiroler“ und deutschen Mitarbeiter einfacher zu leiten, belastbarer, zeigen mehr Arbeitswillen, Ausdauer und mehr Einsatz, wohingegen die italienisch-

¹⁰⁵ Informationen: Franceschini, Katya

¹⁰⁶ Ein Incentive- Außenpool ist ein beheizbarer Außenpool.

¹⁰⁷ Aussage Franceschini, Katya

sprachigen Südtiroler mehr Pausen machen, mehr Fehltage aufweisen und weniger Arbeitsmotivation zeigen.¹⁰⁸

„Im Allgemeinen sind Professionalität und der seriöse und loyale Charakter sehr wichtig.“¹⁰⁹

Jedoch verdeutlichen sich die noch nicht überwundenen Differenzen dieser Sprachgruppen, die auf der jüngsten Südtiroler Vergangenheit basieren, sobald politische Themen aufgegriffen werden. Dadurch wird sichtbar, dass die Geschehnisse des 20. Jahrhunderts immer noch präsent in den Gedächtnissen der deutschen - Südtiroler vorhanden sind. Ebenfalls interessiert das Thema vorwiegend italienische Gäste, wobei es als Chance gesehen wird, dieses Thema den Italienern näher zu bringen, dabei muss man allerdings in der Auswahl des sprachlichen Gebrauches noch vorsichtig sein, da es bis heute ein sensibles Thema ist.¹¹⁰

Ein weiteres Problem ergibt sich außerdem durch die Einschätzung der Situation durch deutsche Gäste. Diese sind als Touristen meist von Beginn an skeptisch was sie zu erwarten haben, so dass bereits die eher italienische als Südtiroler Küche und die vorwiegende italienische Kommunikation im Hotel zu Irritationen führen kann.¹¹¹

Jedoch zeigt sich auf Grund der südlichen Lage und somit der Nähe zu Italien, dass die Mitarbeiter zweisprachig aufgewachsen sind und eine offenere Einstellung in Richtung „Pro Italia“ haben.

Auch italienische Gäste und Gruppenanreisende müssen keine Anzahlungen im Hotel Klammhof leisten.

Hier zeigt sich auch deutlich der Vorteil aus der Multikulturalität der Südtiroler- Mitarbeiter, ob sie nun ladinischer, deutscher oder italienischer Herkunft sind, denn diese können auf Grund ihrer von frühester Kindheit an erlernten Mehrsprachigkeit, die Gäste einfacher zu empfangen, die Wünsche besser verstehen und sprachliche Redewendungen mit Selbstverständlichkeit gebrauchen und Scherze mit den Kunden machen, so dass die Gäste sich geborgen und gut beherbergt fühlen.¹¹²

¹⁰⁸ Vgl. ebenda

¹⁰⁹ Aussage Katya Franceschini, Inhaberin des Hotels Klammhof, Vgl. Anlage 1

¹¹⁰ Vgl. Aussage: Franceschini, Katya, siehe Anhang 1

¹¹¹ Vgl. ebenda

¹¹² Vgl. ebenda

Letztendlich wird deutlich, dass deutsch geführte Südtiroler Hotels für diese Region traditioneller und zu einer Art Marke geworden sind, womit sich italienisch geführte Hotels, die untypischer für die Region und eher selten sind, schwer tun. So muss sich ein deutschsprachiges Hotel nicht rechtfertigen, warum es in dieser Region existiert und warum eher der Kontakt mit den Südtirolern als Italiener gesucht wird.¹¹³

7.2.2 Soll - Zustand

Beide Mitarbeitergruppen sollten die gleiche Arbeitsmoral aufweisen. Dies könnte durch gezielte Schulungen und Weiterbildungen gefördert werden. Überdies könnte die Arbeitsmoral durch anreizgesteuerte Förderung, wie zum Beispiel einige zusätzliche Urlaubstage gesteigert werden. Auf diese Weise könnte exemplarisch der beste Mitarbeiter im Monat prämiert werden. Dadurch wird ein leichter Konkurrenzkampf unter den Arbeitnehmern erzeugt.

Diese Steigerung der Arbeitsmotivation wirkt sich wiederum positiv auf die Arbeitsmoral aus. Durch diese positiven Anreize, können die Fehltage der italienischen Mitarbeiter gesenkt werden. Dies fördert wiederum die positive Arbeitseinstellung der deutschen Angestellten, ebenfalls können dadurch Lästereien, sowie Differenzen am Arbeitsplatz vermieden werden. So steigert eine höhere Arbeitsmoral und Arbeitsmotivation die Zusammenarbeit und das Gemeinschaftsgefühl.

Zur Bewältigung der politischen Differenzen unter den Kollegen, könnten die Mitarbeiter geschichtliche Führungen oder Themenabende für die Gäste anbieten. Zum einen können die Mitarbeiter die politische Situation besser verstehen und nachvollziehen, zum anderen hilft Aufklärung bei der Bewältigung der Vergangenheit. Obendrein können dadurch neue Märkte erschlossen werden.

7.3 Wie können diese Hotels voneinander lernen?

Im nachfolgenden Abschnitt wird erörtert, wie das „Hotel Schloss Sonnenburg“ vom „Hotel Klammhof“ positiv beeinflusst werden kann und wie der Klammhof von der Sonnenburg lernen kann.

¹¹³ Vgl. Anhang, E-mailfragebogen, Aussagen von Katya Franceschini

Die Sonnenburg kann vom Klammhof im Hinblick auf die Vermarktung des Hotels erlernen, dass dieses sich als Marke mit dem deutschen Hintergrund vor allem in den deutschsprachigen Ländern vermarkten kann.

Ebenfalls könnte die Vergangenheit in den Köpfen der Mitarbeiter durch einen Aufenthalt im Hotel Klammhof verarbeitet werden. So kann sich die positive Einstellung der Angestellten des Klammhofs zu Italien auf die Attitüden der Mitarbeiter des Hotels Schloss Sonnenburg positiv auswirken.

Im Gegensatz dazu, kann sich das Hotel Klammhof von der Sonnenburg folgendermaßen positiv beeinflussen lassen.

Das Hotel Klammhof könnte in regelmäßigen Abständen Mitarbeiteressen außerhalb ihres Hotels durchführen. Dabei können Probleme angesprochen und Lösungen gefunden werden. Zudem lernen sich die Mitarbeiter auf einer anderen, persönlichen Ebene und in einer Freizeitatmosphäre kennen.

Ebenfalls kann die Eigentümerfamilie des Hotels seinen italienischen Hintergrund viel mehr hervorheben. Zum einen bietet dies die Möglichkeit der besseren Vermarktung des Hotels. So können dabei vermehrt Italiener als Gäste akquiriert werden, da diese sich dort heimischer fühlen werden, als in einem deutsch - südtiroler Hotel. Auf der anderen Seite können Irritationen und Fragen der Gäste vermieden werden.

Da der Klammhof relativ viele Stornierungen hat, sollte das Hotel ebenfalls - wie die Sonnenburg - Anzahlungen bei Gruppenreservierungen von ihren Gästen einfordern.

8 Kriterienkatalog der Hotellerie

Im Folgenden wird der Kriterienkatalog der Hotelklassifizierung in Italien näher beleuchtet. In Deutschland ist die Art der Hotelklassifizierung auf freiwilliger und nationaler Ebene festgelegt, die durch einen Fachverband kontrolliert wird.¹¹⁴

„Absolute Vergleichbarkeit kann nur innerhalb der Länder vorhanden sein.“¹¹⁵ - Michael Zehender

Dieses Zitat über die Vergleichbarkeit, die sich durch die Hotelklassifizierung ergeben wäre sowohl für die Gäste und den damit verbundenen Gästeanpruch, als auch für die Hotellies von Vorteil. Obwohl schon viele Länder auf nationaler Ebene vergleichbar sind, ist die Hotelklassifizierung in Italien obligatorisch, ohne ein einheitliches und offizielles Kontrollsystem. Das Land verfügt über 21 verschiedene regionale Systeme, die zwei Methoden die Hotelklassifizierung durchführen. Die erste Methode ist die Bewertung des Hotels mit optionalen Kriterien und vorgeschriebenen staatlichen Kriterien, wohingegen die zweite Methode zur Bewertung der Hotels ausschließlich nach staatlich vorgeschriebenen und verpflichtenden Kriterien funktioniert.¹¹⁶

In der Region Bozen und somit in Südtirol wird die zweite Methode zur Klassifizierung der Hotels angewendet. Hierbei muss die Rezeption in 4 – Sterne - Hotels in Südtirol, inklusive Gepäcktransport, 16 Stunden am Tag zur Verfügung stehen, bzw. geöffnet sein, sowie die sichere Aufbewahrung des Gepäcks am Anreise- beziehungsweise am Abreisetag gewährleistet werden und multilingual sein. Zudem sind Tätigkeiten wie Frühstücks-, Bar- und Zimmerservice, sowie eine einheitliche Bekleidung der Mitarbeiter und die Ausstattung des Hotels, insbesondere auch das Vorhandensein von Aufstuhlungen¹¹⁷ nötig¹¹⁸. Des Weiteren sind die Zimmerausstattung und die Zimmergröße geregelt. Hierbei umfasst die Mindestgröße für Einzelzimmer in dieser Kategorie 16 m² und für Doppelzimmer 22 m². Das Zimmer muss über ein Bett, einen Tisch, einen Klei-

¹¹⁴ Vgl. Hotelklassifizierung in Italien. www.italien-reiseinformationen.com/urlaub/hotels-und-hotelklassifizierung-in-italien/ Zugriff vom 24.04.2014

¹¹⁵ Zitat: Zehender, Michael: Trügerischer Glanz, was Hotelsterne wirklich aussagen, www.welt.de/reise/article106606643/Was-Hotelsterne-wirklich-aussagen.html, Zugriff vom 16.04.2014

¹¹⁶ Vgl. Hotelklassifizierung in Italien. www.italien-reiseinformationen.com/urlaub/hotels-und-hotelklassifizierung-in-italien/ Zugriff vom 24.04.2014

¹¹⁷ Aufstuhlungen= zusätzliche Bestuhlung, die in die Hotelzimmer bei Nachfrage gebracht werden können. Dies ist auf Stühle, Klapp- und Kinderbetten bezogen.

¹¹⁸ Vgl. HOTREC, Classification summary in Italy. www.hotrec.eu/hotel-stars-in-europe/italy.aspx, Seite 1 - 3, Zugriff vom 01.05.2014

derschrank mit Kleiderbügel, eine Kofferablage, eine Tischlampe, einen Ankleidespiegel, Zimmerbeleuchtung, Nachtlampe, einen feuerfesten Papierkorb, pro Bett über eine Sitzgelegenheit, einen Sessel oder eine Couch mit Beistelltisch verfügen. Zudem ist in diesem Zimmer ein Farbfernseher, Internetzugang, Telefon mit mehrsprachiger Bedienungsanleitung und Direktwahlmöglichkeit vorzufinden. Des Weiteren muss jedes Zimmer über ein eigenes Badezimmer mit Dusche oder Badewanne und WC verfügen. Hierbei gehört zu dieser Grundausstattung ein Spiegel inklusive Beleuchtung, sowie ein Kosmetikspiegel, eine großzügige Ablagefläche, Steckdose in der Nähe des Spiegels, sowie ein Waschbecken, Gesichtstücher und Zahnputzbecher, Hausschuhe und eine gut regulierbare Heizmöglichkeit.¹¹⁹ 4 - Sterne - Hotels müssen insbesondere im Zimmer eine Minibar, einen Schreibtisch auf dem Informationen über das Hotel liegen, sowie ein aktuelles Fernsehprogramm, Schreibutensilien und Nähmaterial zur Verfügung stellen. Das tägliche Wechseln der Bettwäsche und Handtücher sollte für diese Kategorie eine Selbstverständlichkeit darstellen. Die Ausstattung im Badezimmer sollte Seife, Badeschaum, Shampoo, Handtücher, Haartrockner und Ersatztoilettenpapier umfassen.¹²⁰

Zudem sollte in jedem 4 - Sterne - Hotel ein A – la - carte - Restaurant und eine Bar existieren. Des Weiteren sollte das Mittagessen 2 Stunden zur Verfügung stehen oder das Abendessen 3 Stunden, sowie das Speiseangebot des Zimmerservice bis 22.00 Uhr bestellbar sein.¹²¹

Im Vergleich dazu haben 3 - Sterne - Hotels nur gehobene Ansprüche als Hotelkriterien. Somit beträgt die Zimmergröße für Einzelzimmer 14 m² und für Doppelzimmer 18 m², Davon müssen 10 % der Zimmer Nichtraucherzimmer sein. Die Ausstattungskriterien für die Hotelzimmer sind mit denen der 4- Sterne - Hotellerie identisch. Die Rezeption in 3 - Sterne - Hotels muss nur 14 Stunden besetzt sein, allerdings 24 Stunden erreichbar sein. Es gibt keine Regelung der Ausstattungskriterien der Bäder, außer dass diese entweder WC und Dusche oder Toilette und Badewanne enthalten müssen.¹²² Alle Mitarbeiter in 3 - Sterne - Hotels müssen zweisprachig, das heißt sowohl der deutschen, als auch der italienischen Sprache mächtig sein und das Hotel muss

¹¹⁹ Vgl. Informationen rund um Ihren Urlaub in Italien. www.italien.com/italien_hotel.php, Zugriff vom 10.04.2014

¹²⁰ Vgl. HOTREC, Hotelclassification summary in Italy, www.hotrec.eu/hotel-stars-in-europe/italy.aspx, Seite 2-3, Zugriff vom 01.05.2014

¹²¹ Vgl. Informationen rund um Ihren Urlaub in Italien, www.italien.com/italien_hotel.php, Zugriff vom 10.04.2014

¹²² Vgl. ebenda, S. 4

über einen Gepäckservice verfügen. Des Weiteren muss ein Restaurant mit einem Frühstücksbuffet vorhanden sein und entweder ein zweistündiges Mittagessen oder ein dreistündiges Abendessen zur Verfügung gestellt werden.¹²³

8.1 Unterschied italienischer - bozener Kriterienkatalog

*„Länder, in denen der Tourismus eine lange Tradition hat, besitzen engere Vorgaben“ -
Boehnke¹²⁴*

Im Jahr 1981 wurde die Hotelklassifizierung auf regionaler Ebene in Italien eingeführt. Seit dem Jahr 1983 gibt es die Sterne - Klassifizierung auf nationalem Level, dies impliziert jedoch nicht, dass die Klassifizierung wie in Deutschland von der DEHOGA¹²⁵ auf nationaler Ebene geschieht und somit vergleichbar ist. In Italien gibt es zwar auch ein offizielles System, allerdings basiert dies auf regionalem Level.¹²⁶

Wie im vorherigen Punkt bereits erwähnt wurde, gibt es zwei verschiedene Methoden der Hotelklassifizierung. Hierbei haben Regionen wie Kampanien, Ligurien, Abruzzen und Sardinien die erste Methode.¹²⁷

Diese Methode hat gemischte Kriterien: es gibt staatliche, festgelegte Kriterien und optionale. Hierbei muss ein Teil dieser festgelegten Kriterien erfüllt werden, damit das Anrecht auf die Sternevergabe erworben wird, um den Hotelstern zu erhalten müssen optionale Kriterien zudem erfüllt werden. Diese werden in Servicekriterien, d.h. alle Faktoren, die den Dienstleistungsbereich an sich betreffen und Ausstattungskriterien getrennt.¹²⁸

¹²³ Vgl. Hotelklassifizierung in Italien, www.italien-reiseinformationen.com/urlaub/hotels-und-hotelklassifizierung-in-italien/ Zugriff vom 24.04.2014

¹²⁴ Zitat: Vgl. Zehender, Michael: Trügerischer Glanz, was Hotelsterne wirklich aussagen; www.welt.de/reise/article106606643/Was-Hotelsterne-wirklich-aussagen.html

¹²⁵ DEHOGA= Deutscher Hotel und Gaststättenverband

¹²⁶ Vgl. HOTREC, Hotelclassification summary Italy, www.hotrec.eu/hotel-stars-in-europe/italy.aspx, Seite 1, Zugriff vom 01.05.2014

¹²⁷ Vgl. ebenda, Seite 1

¹²⁸ Vgl. ebenda, Seite 2

Die Servicekriterien beinhalten Themen und Regelungen wie zum Beispiel die Besetzung der Rezeption, das Frühstücksbuffet, den Gepäcktransport, das Vorhandensein von Minibars in den Schlafzimmern und die Dienstkleidung der Angestellten.¹²⁹

Des Weiteren ist die Ausstattung der Hotelzimmer geregelt, darunter fallen zum Beispiel das Vorhandensein von Klimaanlage, Heizungen, Aufzügen, Fernsehapparaten und Radios.¹³⁰

8.2 Probleme für den Gästeanspruch

Das Hauptproblem, das sich ohne ein einheitliches System, sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene ergibt, ist, dass Touristen keine Vergleichschancen haben. Es existieren zwar internationale Vereinigungen, die durch diese vergleichbarer werden, wie „The Leading Hotels of the World“ in denen die weltbesten Hotels aufgeführt werden und hotelstars.eu zu deren Vereinigung auch Deutschland und Belgien gehören, jedoch Länder wie Italien und Spanien nicht angehören.¹³¹

Das Hauptproblem von Seiten des Gästeanspruches ist, dass die Gästegruppen unterschiedliche Ansprüche an die Hotellerie haben. Zum Beispiel legen Nordeuropäer großen Wert auf die Länge des Bettes, was für die Südeuropäer nicht relevant ist. Franzosen legen wiederum sehr viel Wert auf Bidets.¹³²

Des Weiteren ist es ein Problem, dass es einige Hotels gibt, die den Anspruch für eine höhere Kategorie zum Beispiel für ein 4 - Sterne - Hotel knapp erfüllen, sich jedoch als 3 - Sterne - Superior - Hotel kategorisieren lassen, damit sie zum einen den Wettbewerbsvorteil in der 3 – Sterne - Gruppe für sich haben, zum anderen da diese bei den 4 - Sterne - Hotels schlechter aufgestellt wären, als 4 - Sterne - Hotels die den Anspruch an diese Kategorie ganz einfach erfüllen.

Zudem stellt die Kontrolle der Sterne im Bereich der Hotellerie ein Problem dar. So werden die Sterne vergeben, aber nicht regelmäßig kontrolliert.¹³³

¹²⁹ Vgl. ebenda, Seite 3

¹³⁰ Vgl. HOTREC: www.hotrec.eu/hotel-stars-in-europe/italy.aspx, Seite 2, Zugriff vom 01.05.2014

¹³¹ Vgl. Hotelstars Union, www.hotelstars.eu, Zugriff vom 02.05.2014

¹³² Vgl. Zehender, Michael

¹³³ Vgl. Zehender, Michael

Zum Schluss ist noch zu nennen, dass viele Gäste zunehmend auf Internetbuchungsportale und die Bewertungen von anderen Gästen vertrauen, als auf die tatsächlichen Sterne.¹³⁴

¹³⁴ Vgl. ebenda

9 Schlussbetrachtungen

*„Ja unser Heimatland, es ist so wunderschön, das kann man ja an unsren Bergen
sehn, sie ragen stolz zum Himmel hinauf, schon unsre Ahnen waren mächtig stolz
darauf.“ – Frei.Wild¹³⁵*

Diese zweite Textpassage des Liedes Südtirol von der Band Frei.Wild, verdeutlicht den Stolz der Südtiroler auf ihr Land. Wenn die italienischen Südtiroler das Land genauso lieben und schätzen lernen, und die deutsche Kultur, Tradition und Sprache akzeptieren, so werden beide Gruppen nur Vorteile daraus schöpfen. Ebenfalls verdeutlicht sich darin, dass Südtirol mit seinen Bergen; da die Alpen als natürliche Grenze Italiens gesehen werden kann; mit Italien zusammenwachsen kann und muss, damit Frieden in dieser Region einkehrt.

Die Fragestellung dieser Arbeit lautete: Welche Chancen und Risiken beeinflussen bis zum Jahr 2013, das geprägt ist durch den Kampf um Unabhängigkeit und Bewältigung der politischen Vergangenheit den Wirtschaftssektor der Hotellerie? Diese Ergebnisse werden hier nochmals kurz zusammengefasst.

Beide Gruppen sollten die Chancen, die sich aus dem Zugewinn dieses Landes ergab nutzen und kennen. Des Weiteren sollten die Gruppen die Vorteile für ihren Hauptwirtschaftszweig, nämlich den Tourismus, erkennen. So ist Südtirol, in den deutschsprachigen Ländern, mit den deutschen Hotels bereits zu einer Marke geworden. Dies sollte allerdings auch die italienischsprachigen Hotels in diesem Gebiet betreffen was durch Partnerhotellerie geschaffen werden kann.¹³⁶ Eine weiter aufgeführte Chance stellen die Weihnachtsmärkte Südtirols dar, die zum einen den USP Südtirols mit der winterlichen Landschaft verdeutlicht, zum anderen dauern diese fünf Wochen an, wodurch viele Gäste diese besuchen können. Diese Märkte, als einzige in Italien, fördern den italienischen Tourismus in Südtirol.

Ebenfalls hat diese Arbeit verdeutlicht, dass in Zeiten der Europäisierung, wo Ländergrenzen stetig mehr schwinden, ein Zusammenhalt auf Länderebene unabdingbar ist,

¹³⁵ Zitat: Berger Philipp

¹³⁶ Zum Beispiel wenn ein deutsches Hotel bereits ausgebucht ist, kann dieses die potentiellen Gäste an ein italienisches Hotel vermitteln (ebenfalls umgekehrt möglich), dadurch wird vermieden Gäste als Kunden zu verlieren und gegebenenfalls mehr Buchungen zu verzeichnen. Was sich positiv auf die Wirtschaft in Südtirol auswirken kann.

denn wie soll in der Europäischen Union ein Gemeinschaftsgefühl entstehen, wenn Grenzen immer noch auf den kleineren Ebenen, die der Staaten, in den Köpfen der Bevölkerung vorhanden ist.

Das Risiko das sich ergibt, stellt die politische und wirtschaftliche Situation Italiens dar, da bis heute in Italien debattiert wird, ob Südtirol einen Teil der italienischen Schulden zu tragen hat.

Letztlich ist es so, dass die Einwohner Frieden in Bezug auf dieses Thema finden müssen, damit beide Gruppen miteinander arbeiten und leben können.

So sollten sich die Einwohner Südtirols bewusst machen, dass dieses Gebiet schon immer von Gästen geschätzt und gerne bereist wurde. Deshalb sollten sie Goethes Worte von seiner Italienreise in Bozen verinnerlichen und zu einem gemeinsamen Südtirol zusammen wachsen.

„Wenn mein Entzücken hierüber jemand vernähme, der im Süden wohnte, von Süden herkäme, er würde mich für sehr kindisch halten. Ach, was ich hier ausdrücke, habe ich lange gewußt, so lange, als ich unter einem bösen Himmel dulde, und jetzt mag ich gern diese Freude als Ausnahme fühlen, die wir als eine ewige Notwendigkeit immerfort genießen sollten.“ - Johann Wolfgang von Goethe¹³⁷

Letztlich sollte den Bewohnern bewusst werden, dass sie anstelle von der Bekämpfung der eigenen Bevölkerung im Land, lieber ihre Energie und Mühen in den Erhalt dieser einmaligen Natur legen sollen umso den Tourismus auf langfristiger Sicht dort erhalten zu können und die Natur sinnvoll zu nutzen.

¹³⁷ Zitat: Goethe Italienische Reisen, Bozen, www.textlog.de/6776.html, Zugriff vom 15.04.2014

Literaturverzeichnis

Bücher

Astat. Bevölkerung und soziales Leben. Herausgegeben vom Landesinstitut für Statistik Autonome Provinz Bozen: Statistisches Jahrbuch 2013. URL: www.provincia.bz.it/astat/download/JB2013_K3.pdf, Zugriff vom 14.04.2014

Astat. Statistisches Jahrbuch 2013. Herausgegeben vom Landesinstitut für Statistik, Autonome Provinz Bozen: Statistisches Jahrbuch 2013. URL: www.provinz.bz.it/astat/de/statistisches-jahrbuch.asp, PDF-Download, Zugriff vom 16.04.2014

Höllhuber, Dietrich. Dolomiten. Herausgegeben von Michael Müller Verlag- individuell reisen 2012, Auflage 4.

Franceschini, Katya. E-mailinterview.

Hopt, Cornelia. Europäische Identität im Tourismus. Am Beispiel der Region Südbayerns, Nordtirol, Südtirol und Trentino. Herausgegeben von VDM Verlag Dr. Müller Saarbrücken 2009.

Knötig, Karl. Sonnenburg. 4000 Jahre von der Steinzeitsiedlung zur heutigen Nobelherberge. Herausgegeben von Amalthea Signum Verlag 2004.

Nagel, Antje: Wirkung und Potenziale sanfter Mobilität im Alpentourismus anhand von Beispielen aus Südtirol. PDF-Datei. O.O., o.J.

Rampold, Josef. Pustertal. Landschaft, Geschichte und Gegenwart an Drau, Rienz und Ahr. Band 2. Herausgegeben von Verlagsanstalt Athesia- Bozen 2000.

Steiniger, Rolf: Südtirol. Vom Ersten Weltkrieg bis zur Gegenwart. Herausgegeben von HAYMON Taschenbuch, Innsbruck-Wien 2012, Auflage 1.

Internetquellen

ASTAT: Landesinstitut für Statistik. Autonome Provinz Bozen. Bevölkerung. 2014. URL: www.provinz.bz.it/astat/de/themen/volkszaehlung-bevoelkerung.asp, Zugriff vom 06.05.2014

Autonome Provinz Bozen- Südtirol, Präsidium. Aushängen der Landesfahne. Herausgegeben von Südtiroler Informatik AG 2014. URL:

www.provinz.bz.it/praesidium/themen/aushaengen-landesfahne.asp, Zugriff vom 05.04.2014

Autonome Provinz Bozen- Südtirol, Präsidium. Das Wappen, Herausgegeben von Südtiroler Informatik AG 2014. URL: www.provinz.bz.it/praesidium/themen/wappen.asp, Zugriff vom 05.04.2014

Autor unbekannt. Adventsmärkte in Tirol. Herausgeber Österreich Werbung. 2013. URL: www.austria.info/at/land-und-leute/adventsmaerkte-in-tirol-866502.html, Zugriff vom 15.04.2014

Autor unbekannt. Hotelklassifizierung in Italien. 2010. URL: www.italien-reiseinformationen.com/urlaub/hotels-und-hotelklassifizierung-in-italien/, Zugriff vom 24.04.2014

Autor unbekannt. URL: www.reisefuehrer-suedtirol.de/Suedtirol/Fakten-und-Zahlen.html, Zugriff vom 03.05.2014

Autor unbekannt. SWOT- Analyse. Herausgegeben von Springer Gabler Wirtschaftslexikon. URL: www.wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/swot-analyse.html, Zugriff vom 21.04.2014

Autor unbekannt. Tourismusgeschichte. O.J. URL: www.campingsteiner.com/de/damping/umgebung/tourismus-geschichte.html, Zugriff vom 11.05.2014

Autor unbekannt. Weihnachtsmarkt – Deutschland. 2013. URL: www.weihnachtsmarkt-deutschland.de, Zugriff vom 15.04.2014

Autor unbekannt. Weihnachtsmärkte Südtirol – Italien. O.J. URL: www.weihnachtsmaerkte.it, Zugriff vom 15.04.2014

Burger, Philipp. Südtirol. 2003. Herausgegeben von Frei.Wild Brixen 2003. URL: www.songs.frei-wild.net, Zugriff vom 04.04.2014

Diekmann, Florian. Wirtschaftsreformen in Italien: Lettas Erbe, Renzis Last. Herausgegeben von Spiegel Online. 14.02.2014, URL: www.spiegel.de/thema/wirtschaft_in_italien, Zugriff vom 01.06.2014

Esch, Franz-Rudolf. USP. URL: www.wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/unique-selling-proposition-usp.html?r, Zugriff vom 02.04.2014

Goethe, Johann Wolfgang. Italienische Reisen- Bozen. URL: www.textlog.de/6776.html, Zugriff vom 15.04.2014

Herausgegeben von: SIMEDIA.com. Herzlich Willkommen in Salurn in Südtirol. URL: www.salurn.bz/urlaub/willkommen.aspx, Zugriff vom 12.04.2014

Hotelstars Union. URL: www.hotelstars.eu, Zugriff vom 02.05.2014

HOTREC. Classification summary Italy.pdf. 2011. URL: www.hotrec.eu/hotel-stars-in-europe/italy.aspx, Zugriff vom 01.05.2014

Informationen rund um Ihren Urlaub in Italien. URL: www.italien.com/italien_hotel.php, Zugriff vom 17.05.2014

Kainzwaldner Petra (Redaktion). Geschichte Südtirols. Herausgegeben von Südtirol Marketing o.J. URL: www.suedtirol.info/Wissenswertes/Land-Leute/Geschichte/artikel/1aa3090d-34f8-45e6-8356-12170552d1a9/Eine-Minderheit-und-ihre-Rechte.html, Zugriff vom 01.04.2014

Kulturlandschaft Südtirol: Vergleichende Analyse. 22.12.2008. URL: www.uibk.ac.at/geographie/projects/klis/analyse.html#anchor1, Zugriff vom 17.04.2014

Landeswetterdienst Südtirol. Klima in Südtirol. Wissenswertes zum Klima und Wetter in Südtirol. URL: www.wetter.bz.it/klima_suedtirol.html, o.J., Zugriff vom 13.04.2014

Landkarte Südtirol: URL: http://www.kompass.de/uploads/tx_wckompproducts/suedtirol.jpg, Zugriff vom 02.04.2014

LICoNet. URL: www.suedtirol-it.com/salurn, Zugriff vom 07.04.2014

Museum Mansio Sebatum. Museum. URL: www.mansio-sebatum.it/museum-mansio/, Zugriff vom 17.04.2014

Photo: URL: http://www.schlosshotels.co.at/uploads/tx_shhmitglieder/winter_55.jpg, Zugriff vom 20.04.2014

Prusche, Wolfgang. Deutsche und Italiener in Südtirol. 2013. URL: www.reise-nach-italien.de/altoadige.html, Zugriff vom 15.04.2014

Salurn. 2013. URL: www.inlocoquisalurnis.eu/index.php?option=com_content&task=view&id=125&Itemid=147, Zugriff vom 13.04.2014

Tiroler Tageszeitung online. Umfrage: 54 Prozent der Südtiroler wollen Unabhängigkeit von Italien. 14. August 2013, URL: www.tt.com/Tirol/6813426-2/umfrage-54-prozent-der-suedtiroler-wollen-unabhaengig-von-italien.csp?tab=article, Zugriff vom 02.04.2014

Tourismus. URL: www.provinz.bz.it/astat/mobilitaet-tourismus.asp, Zugriff vom 20.04.2014

Voigt, Christian c/o Ratskeller, Herzberg. Zitate der Woche. O.O. 2014. URL: www.wertebund.de/zitat-der-woche/, Zugriff vom 06.04.2014

Zehender, Michael. Trügerischer Glanz, was Hotelsterne wirklich aussagen. O.J. URL: www.welt.de/reise/article106606643/Was-Hotelsterne-wirklich-aussagen.html, Zugriff vom 16.04.2014

Verein Südtiroler Weinstraße. Salurn. O.J. URL: www.suedtiroler-weinstrasse.it/deutsch/orte/salurn, Zugriff vom 12.04.2014

URL: www.sonnenburg.com, Zugriff vom 10.04.2014

Interviews:

Valentin, Ilga: Rezeptionistin Hotel Schloss Sonnenburg.

Wechselberger, Ida: Consuela Hotel Schloss Sonnenburg.

Wechselberger, Markus. Direktor Hotel Schloss Sonnenburg

Anlagen 1: Interview Frau Franceschini

E-mailinterview Frau Franceschini, Inhaberin des 3. Sterne Hotels Klammhof, Emailverlauf

Von: Nathalie Hanft [<mailto:Nathalie.Hanft@campusm21.de>]

Gesendet: Montag, 23. Dezember 2013 15:43

An: info@klammhof.com

Betreff: Bachelorarbeit

Sehr geehrte Damen und Herren,

mein Name ist Nathalie Hanft und ich bin Praktikantin im Hotel Schloss Sonnenburg. Da ich meine Bachelorarbeit über das Hotel schreibe und dieses mit einem „italienisch“ geführten Hotel vergleichen muss hat Herr Knötig mir geraten, mich an Sie und Ihr Haus zu wenden.

Deshalb möchte ich Sie bitten, mir Informationen über Ihr Hotel zukommen zu lassen. Ebenfalls hätte ich einige Fragen an Sie, ich würde Sie bitten, mir diese kurz zu beantworten.

1. Frage: Wie viele Mitarbeiter hat Ihr Hotel und wie viele davon sind Italiener und wie viele Südtiroler?
2. Frage: Gibt es typische Schwierigkeiten, aufgrund der Südtiroler- Vergangenheit zwischen beiden Gruppen?
3. Frage: Wie ist der Umgang beider Gruppen mit der Arbeit und den Gästen?
4. Frage: Was ist Ihrer Meinung nach der Unterschied zwischen der Führung Ihres Hotels (aus italienischer Sicht) und dem eines „Südtirol- deutschem“ Hotel im Umgang mit den Gästen, den Mitarbeitern und der Vergangenheit zwischen Italienern und Südtirolern?

Können Sie mir Informationen über Besonderheiten Ihres Hotels wie Anzahlungen (Sonnenburg erhebt nur Anzahlungsansprüche ggü. Nicht deutschsprachigen Gästen) mitteilen?

Ich würde mich sehr über eine Antwort auf meine Fragen und dem Zusenden von Informationsmaterial freuen.

Vielen Dank für Ihre Zeit und Mühen im Voraus.

Mit freundlichen Grüßen,

Nathalie Hanft

Von: Klammhof [<mailto:info@klammhof.com>]

Gesendet: Dienstag, 7. Januar 2014 15:55

An: 'Nathalie Hanft'

Betreff: AW: Bachelorarbeit

Sehr geehrte Frau Nathalie Hanft,

gerne beantworte ich Ihre Fragen. Bitte richten Sie auch der Familie Knötig liebe Grüße aus!

Unser hotel Klammhof ist ein kleiner Familienbetrieb und beschäftigt 3 Familienmitglieder, 2 Saisonskräfte und 3 Arbeitskräfte auf Abruf.

Wir beherbergen hauptsächlich Gruppen mit ca. 50 Personen und sind von Ostern bis ende Oktober geöffnet. Wir haben keine öffentliche Bar und kein öffentliches Restaurant, somit kommen wir mit einer geringeren Mitarbeiteranzahl aus. Auch liegen wir etwas abseits und vom Tourismus schwach geprägten Gegend. Wir arbeiten fast ausschließlich auf Reservierung. Unser Hotel liegt sehr Ruhig mitten in den Weinbergen und am Randes des Naturparkes Trudner Horn. Ideales Urlaubsziel für Wanderer, Senioren und Reisegruppen. Unser Hotel umfaßt 26 Zimmer, 1 Speiseraum, 1 Bar, Garten mit Freischwimmbad (einige Fotos finden Sie auf unserer Homepage: www.klammhof.com).

1. Frage: Wie viele Mitarbeiter hat Ihr Hotel und wie viele davon sind Italiener und wie viele Südtiroler?
Insgesamt 5 Mitarbeiter (inklusive die Mitarbeiter auf Abruf): 2 aus dem Trentino – 3 Südtiroler (davon 2 italienischer Muttersprache und 1 deutscher Muttersprache).
2. Frage: Gibt es typische Schwierigkeiten, aufgrund der Südtiroler- Vergangenheit zwischen beiden Gruppen?
Eigentlich für den Arbeitsablauf nicht. Das Arbeitsklima ist harmonisch und die Mitarbeiter kommen gut miteinander aus.
Sicherlich wenn hin und wieder politische Themen aufgegriffen werden ist die Spannung noch vorhanden. Bestimmte Meinungen gehen klar und deutlich auseinander!
3. Frage: Wie ist der Umgang beider Gruppen mit der Arbeit und den Gästen?
Beide Sprachgruppen bemühen sich für die Zufriedenheit der Gäste und sind gleichermaßen freundlich.

Deutsche Mitarbeiter sind einfacher zu führen, da diese von der Arbeitseinstellung uns ähnlicher sind und meistens mehr Einsatz und Ausdauer mitbringen. Auch sind sie vorwiegend belastbarer.

Wenn Gäste und Mitarbeiter die gleiche Sprache sprechen können sie besser kommunizieren und treten somit auch näher im Kontakt. Im Allgemeinen sind Professionalität und der seriöse und loyale Charakter sehr wichtig.

4. Frage: Was ist Ihrer Meinung nach der Unterschied zwischen der Führung Ihres Hotels (aus italienischer Sicht) und dem eines „Südtirol- deutschen“ Hotel im Umgang mit den Gästen, den Mitarbeitern und der Vergangenheit zwischen Italienern und Südtirolern?

Der Umgang mit den Gästen ist für uns einfacher, sowohl Italiener als Deutsche fühlen sich „zu Hause“, da wir beide Sprachgruppe in ihrer Muttersprache ansprechen können.

Selbstverständlich können wir politische Themen über Südtirol oder die Vergangenheit den italienischen Gästen etwas näher bringen, doch mit Vorsicht, da der italienische Gast sehr sensibel reagiert.

Der italienische Gast ist normalerweise erfreut, daß wir einen italienischen Nachnamen haben! Der Deutsche Gast fragt nach, warum wir in Südtirol einen italienischen Nachnamen haben ... Deutsche Gäste merken, wenn sie bei uns übernachten, daß auch viel italienisch gesprochen wird und daß unsere Küche nicht nur Südtiroler sondern auch Trentiner Gerichte umfaßt.

Am Anfang ist vielleicht der deutsche Gast etwas skeptisch, da er es in Südtirol eigentlich anders gewohnt ist, weiß es aber nach kurzer Zeit zu schätzen und empfindet diese Urlaubserfahrung als sehr positiv.

Im Allgemeinen kann man sagen, daß die Freundlichkeit, das gegenseitige Verständnis und der Respekt dazu beitragen eine gute Atmosphäre und ein sehr positives Beisammensein zu ermöglichen.

Und der Kontakt mit den unterschiedlichen Sprachgruppen ist eine Bereicherung auch im Urlaub!

Wir liegen in der südlichsten Gemeinde Südtirols, sind zweisprachig aufgewachsen und dementsprechend haben wir auch eine offenere Einstellung. Sicherlich sind südtirol-deutsche Hotels charakteristischer. Sie präsentieren sich sehr profiliert am Markt und sind fast eine „Marke“! Wir tun uns in dieser Hinsicht schwerer, wir müssen den Gästen unsere andere Sichtweise verdeutlichen, ihnen erklären daß der Kontakt zur italienischen Bevölkerung schon seit jeher vorhanden war.

Ebenfalls verlangt unser Hotel keine Anzahlungen von seinen Gästen. Da wir meist Kurgäste haben. Die Stornierungsrate unseres Hotels beträgt ca. 25 %. In unserer Region ist eine Stornierungsrate von 20% normal.

Ich hoffe, auf Ihre Fragen genug eingegangen zu sein, ansonsten können Sie mir gerne weitere Fragen stellen, die ich wieder gerne beantworten werde und stehen Ihnen gerne weiterhin zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

Katya Franceschini

Von: Nathalie Hanft [<mailto:Nathalie.Hanft@campusm21.de>]

Gesendet: Sonntag, 23. Februar 2014 09:04

An: 'Klammhof'

Betreff: AW: Bachelorarbeit

Sehr geehrte Frau Franceschini,

eine Frage hätte ich noch, wann wurde Ihr Hotel gegründet bzw. eröffnet?

Mit freundlichen Grüßen,

Nathalie Hanft

Von: Klammhof [<mailto:info@klammhof.com>]

Gesendet: Dienstag, 25. Februar 2014 10:18

An: 'Nathalie Hanft'

Betreff: AW: Bachelorarbeit

Sehr geehrte Frau Nathalie Hanft,

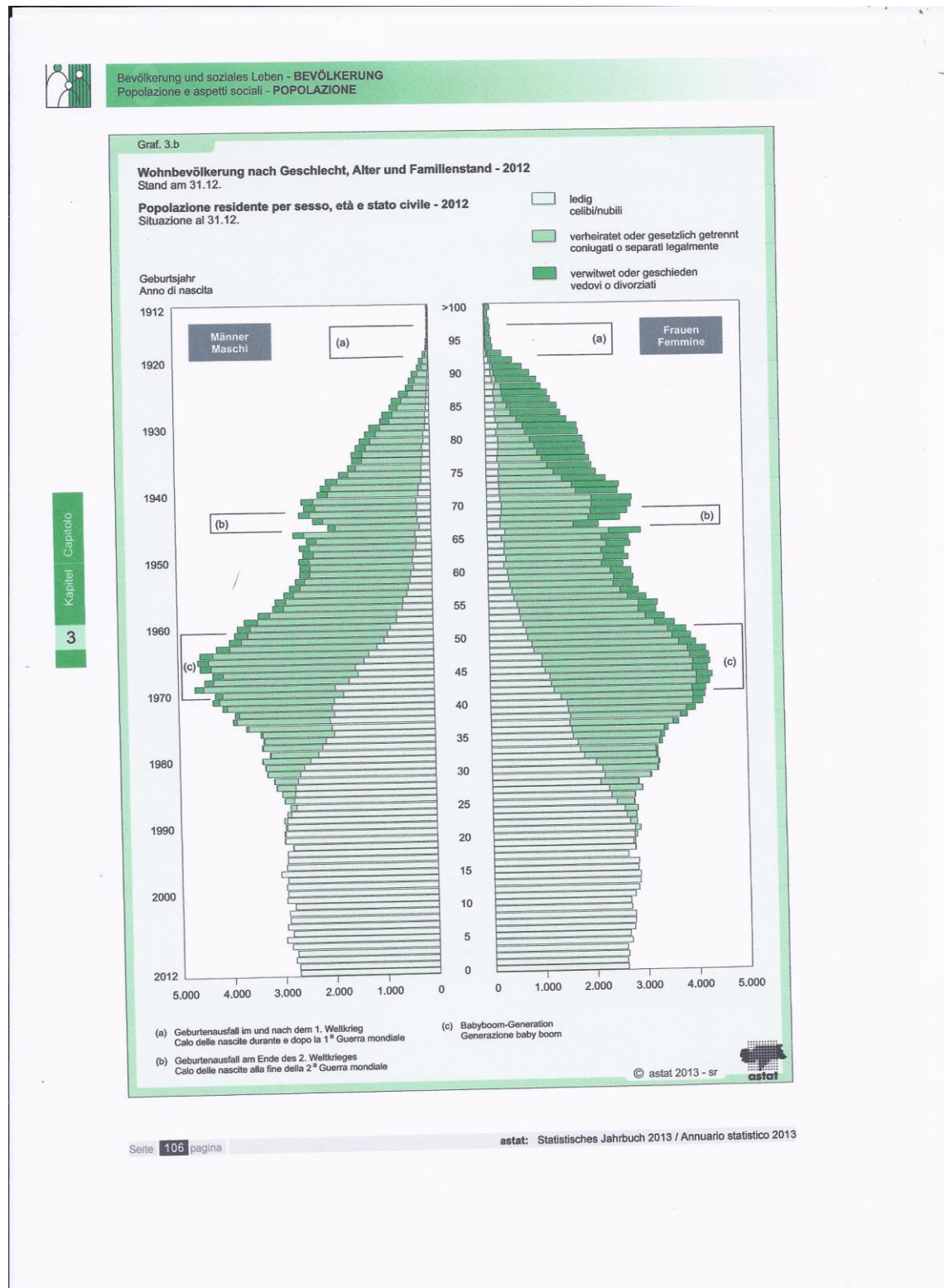
1964 starteten meine Großeltern mit der Jugendherberge Klammhof, nachdem sie den eigentlichen Bauernhof umgebaut hatten und das damals schon mit Alpetour.

1982/83 wurde dann der „Bauernhof“ abgetragen und es entstand das Hotel.

Mit sonnigen Grüßen aus Südtirol

Katya Franceschini

Anlagen 2: Demographischer Wandel Südtirols¹³⁸



¹³⁸ Grafik: astat: Statistisches Jahrbuch 2013, Seite 106

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Nathalie Hanft